DIGITAL EDITION
FEBBRAIO 2022 · ANNO XXXVI · N. 295

Italia a Tavola



FOOD SERVICE · RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · TURISMO · GDO E RETAILER

il direttore

Alberto Lupini



Il Turismo è abbandonato a se stesso
Contro la crisi aiuti irrisori

È vero che tutto era come sospeso in attesa della nomina del Presidente della Repubblica, ma che dei problemi del Turismo se ne dovesse parlare solo più avanti, in occasione di uno scostamento di bilancio, non era stata proprio una bella decisione da parte del Governo. E infatti, a parte qualche timido assenso su qualche punto, sul decreto Sostegni ter sono fioccate critiche di fuoco da parte di tutte le associazioni e i sindacati di settore. Al punto che il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, è stato letteralmente bocciato e sfiduciato da tutti e il provvedimento è stato ribattezzato come uno dei tanti "ristori" insufficienti del Governo Conte.

Tutte le critiche partono dalla totale insoddisfazione di chi si sente preso in giro o, se va bene, non considerato. Imprenditori e associazioni non hanno dubbi: il Governo, e di conseguenza la politica, sembrano non avere capito che bar, hotel, ristoranti e locali di intrattenimento sono sull'orlo del baratro. Fra l'assenza di clientela per la pandemia, il raddoppio di fatto dei costi dell'energia, l'inflazione che colpisce le materie prime, la stretta delle banche sui mutui e la mancanza di ammortizzatori sociali, c'è solo da aspettarsi la chiusura di migliaia di imprese. Altro che aiuti: finora sono state messe sul tavolo solo briciole, mentre i pubblici esercizi registrano crolli del fatturato e costi fissi in crescita. E non dimentichiamo che durante i lockdown gli oneri più pesanti erano almeno cancellati o rinviati...

La cosa che ha lasciato ancora più perplessi è che un provvedimento così importante (considerando anche l'emergenza energia) ci ha messo un sacco di tempo per vedere la luce con tutti i suoi dettagli. E poiché le modifiche apportate non sono poi così lievi, davvero non si capisce come e perché il Governo abbia potuto adottare un provvedimento pieno di buchi e con molte contraddizioni. Un modo, fra l'altro insensato che ha offerto argomenti di polemica a tutta la galassia dei negazionisti e dei no vax che, con la copertura dell'estrema destra, addebitano (?) questa situazione drammatica di crisi all'introduzione del green pass...

Proprio l'assenza di certezze e chiarezza spiega peraltro molte delle critiche. Dopo le immediate contestazioni di ConfCommercio e Confesercenti, tutte le categorie interessate erano scese in campo bellicose parlando senza mezzi termini di aiuti insufficienti se non addirittura dannosi. Un esempio per tutti è l'introduzione di una cassa integrazione "scontata," ma solo fino a marzo e con la sola esenzione dal pagamento della contribuzione addizionale. Come dire, un contentino davvero assurdo se si tiene conto che la richiesta era di una proroga della cassa integrazione Covid (con un'anticipazione cioè del salario). E ciò non a caso visto che la maggioranza delle imprese oggi hanno carenza di liquidità e non sono in grado di sostenere i costi del personale in assenza di lavoro. E per ottenere il pagamento diretto da parte dell'Inps le aziende dovranno produrre tutta una serie di documenti che invece, per la cassa Covid, non dovevano fornire.

Il Governo non si rende conto che bar, hotel, ristoranti e locali di intrattenimento sono sull'orlo del baratro. Senza aiuti immediati c'è solo da aspettarsi la chiusura di migliaia di imprese

Per i tuoi commenti cerca il codice 83501 su **www.italiaatavola.net**

In copertina



Con l'ampia gamma di diverse stagionature, si possono osare ricette e abbinamenti creativi. Il Parmigiano Reggiano, grazie alla sua versatilità e all'attenzione per la qualità, ha conquistato le cucine di tutto il mondo

Sommario



















CERCA GLI APPROFONDIMENTI SU WWW.ITALIAATAVOLA.NET

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Costruiamo insieme il nostro futuro

Abbiamo da poco fatto un ulteriore "giro di boa" dopo un secondo anno complicato, che ci ha costretti a convivere con una inaspettata e tragica condizione, che ha messo in difficoltà noi e i nostri cari, le attività lavorative, la società stessa in cui viviamo e l'intero apparato sanitario del Paese. Dopo la bufera che si sperava fosse passata sul finire della scorsa primavera con le campagne vaccinali di massa, purtroppo con lo sfociare della nuova variante epidemica siamo ancora in uno stato di emergenza, con la conseguenza che il nostro futuro resta tuttora incerto.



Questi due anni di difficoltà ci hanno fatto riscoprire però il valore delle relazioni umane, degli affetti. Ma hanno anche generato divisioni, schieramenti, opinioni diverse, dove ognuno crede di avere in mano la "verità" su questa epidemia e su come poterla gestire, ignorando che in una collettività la libertà personale finisce quando si va ad intaccare e ledere quella altrui. In base a questa semplice e assoluta "regola" di convivenza democratica, dobbiamo tutti fare un passo indietro, pensare e agire secondo coscienza, nell'ottica di proteggere e preservare, di prenderci cura di noi stessi e degli altri, e di un'Italia come bene comune ed essenza stessa del nostro essere organizzazione a vantaggio di tutta la collettività.

La Federazione italiana cuochi crede che siano le persone e il loro impegno a rendere grande un'organizzazione e trasformare i sogni in realtà e i piani in azioni concrete. Le divergenze interne possono esistere, le contrapposizioni e le opinioni diverse pure (fanno parte del valore della vita democratica), ma tutti devono avere un unico obiettivo e agire a vantaggio esclusivo della categoria e dell'unione di intenti.

Prepariamoci a costruire il nostro futuro, il "dopo-Covid", con il sostegno di tutti, indistintamente e unitamente, producendo coscienze oneste e valorizzando ciò che di buono e di bello è stato costruito nel nostro passato. In qualità di presidente della Fic, io voglio crederci e voglio continuare a prendermi cura della Federazione, insieme a voi, per il nostro bene comune, che ognuno ha il dovere di tutelare pienamente a beneficio di tutti, anche delle future generazioni di professionisti della nostra categoria.

Per i tuoi commenti cerca il codice 83038 su **www.italiaatavola.net**

myTA

by chsgroup.it

SePa


Microondabile


Resistenza fino a - 40° C


Realizzato in cartoncino rigido a fibra lunga


Laminazione con Liner ad alta pelabilità


100% Riciclabile



INNOVAZIONE

Contenitori ad alto fattore di innovazione, realizzati con cartoncino Kraft di elevata grammatura (gr/mq 325), tale da garantire un performante livello di rigidità, non riscontrabile in altre produzioni oggi presenti sul mercato.

Vaschette realizzate con tecnologia Lining, che prevede un processo di microlaminatura (accoppiamento) di diverse tipologie di Liner funzionali ai diversi tipi di utilizzo.

Termosaldabili, microondabili, antigrasso, idonee all'utilizzo di stoviglie in acciaio direttamente al loro interno, e realizzate con materiali che presentano proprietà di isolamento dall'ossigeno.

Si prestano ad utilizzi che non sono semplicemente quello dell'asporto di gastronomia, ma possono rappresentare un primo passo nel mondo della produzione artigianale.



PROGETTO

Ancor prima di una linea di contenitori, sono un formidabile strumento per le preparazioni e produzioni alimentari. Per completare i processi di confezionamento, su richiesta sono disponibili film antifog, pelabile, barriera-gas e richiudibile; Inoltre, a breve sarà disponibile anche la versione idonea alla preparazione di cibi in forno tradizionale.



SOSTENIBILITÀ

Realizzate nel rispetto delle più rigorose pratiche di tutela delle foreste e conforme alle recenti normative di recepimento della SUP (Single Use Packaging), vantando di fatto un rapporto Liner/cartoncino del 6-7% in funzione della specifica referenza.

CHS S.r.l. • Via Marzabotto, 16 • 26015 Soresina (CR) • T. 0374.340513 • www.chsgroup.it
VALUER S.r.l. • Via Giacomo Matteotti, 2 • 40055 Villanova di Castenaso (BO) • T. 051.6014260 • www.valuer.it



Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia



Pronti, carichi e motivati per affrontare nuove sfide



Non se ne può più. Questa altalena pandemica non sta sfibrando solo i mercati, ma anche il morale di gran parte del Paese. Sono ormai due anni che siamo in ballo con il Covid-19 e ci siamo dati da fare su ogni fronte per arginare questa emergenza che, di fatto, non è più tale, ma è diventata una presenza costante della nostra quotidianità. Su queste pagine, anche a costo di essere ripetitivi, vogliamo però continuare a perseverare nella determinazione a tenere duro. Già si sta parlando di uno spiraglio di luce per i prossimi mesi e lo vogliamo vedere come un faro.

Anche per questo 2022 da poco iniziato, Euro-Toques continuerà ad essere in prima linea per investire nella formazione e nella promozione della nostra professione, ovunque nel mondo. La tutela e la valorizzazione delle nostre eccellenze agroalimentari restano un punto fermo che abbiamo ribadito di recente a Dubai nell'ambito di Expo 2020. Un "ultimo miglio" importante per ribadire ad ampio raggio i nostri valori, che vedono identità e territorio come dei portabandiera.

Di rilievo la presenza negli Emirati anche di Asacert, società con cui Euro-Toques Italia ha di recente siglato un accordo per combattere il falso Made in Italy. Asacert ha dato vita al Protocollo ITA0039, la Certificazione dedicata all'autenticità italiana nel mondo per il settore food. Un'alleanza che permette di fornire a ristoratori, produttori e consumatori uno strumento utile a garantire la qualità, la salubrità e l'autenticità della filiera enogastronomica italiana all'estero, creando un vero e proprio network di estimatori del Made in Italy.

Va ricordato che sei prodotti alimentari su dieci, nel mondo, sono il risultato dell'agropirateria internazionale. Un fenomeno in crescita del 70% negli ultimi dieci anni, pari al triplo del valore dell'export alimentare nazionale. Il patrimonio agroalimentare italiano è tra i più famosi e apprezzati e, per questo, anche tra i più plagiati. Ora abbiamo messo in campo le forze per abbattere il muro dell'Italian sounding. Siamo pronti, carichi, motivati.

Per i tuoi commenti cerca il codice **83090** su **www.italiaatavola.net**



Impulses. Success. Emotions.

GREEN HEROES

FOODSERVICE EXCLUSIVE

GLI IMBATTIBILI PLANT-BASED!

GREEN HEROES PLANT CHILI NUGGETS

GREEN HEROES PLANT CHIK'N® NUGGETS



ORDINATE ADESSO DEI CAMPIONI GRATUITI!



Green Heroes Plant Chili Nuggets

- 100 % vegano, 100 % plant-based
- Cuore cremoso
- Identico all'originale



Green Heroes Plant Chik'n® Nuggets

- 100 % vegano, 100 % proteine del grano
- Convincente gusto Chik'n®
- Rivestimento di tempura delicatamente croccante

800 897635

Accademia Maestri Pasticceri Italiani AMPI

Sal De Riso

Presidente AMPI

La pasticceria corre online: come affrontare l'evoluzione dell'e-commerce

L'e-commerce in pasticceria è un fenomeno in crescita, così come nel food in generale. Io sono stato forse un precursore dei tempi, avendo aperto il mio e-commerce in tempi non sospetti, già qualche anno fa. A un certo punto ho intuito che era il momento giusto. Vedevo sempre più persone che acquistavano prodotti online, su Amazon come su altre piattaforme, e quindi mi sono detto: perché la pasticceria no? All'inizio quello che potevo spedire erano prodotti da forno, biscotti, creme, confetture, succhi di frutta, dragées, scorze candite al cioccolato e, naturalmente, i grandi lievitati per Natale e Pasqua. Tutto ciò che non necessitava di conservazione in frigorifero.

Ma non mi sono fermato qui. Ho cominciato a comunicare il sito dell'e-shop sui social come Facebook e Instagram; ho poi raccolto i nominativi dei clienti che si registravano al sito in un database, costruendo un archivio di nomi a cui inviare newsletter con novità e info, per fidelizzarli. Tutto andava piuttosto bene.

Con l'arrivo della pandemia, due anni fa, è esploso l'acquisto online: c'è stato il boom nell'aprile del 2020 per le colombe di Pasqua. Essendo tutti chiusi in casa era forte l'esigenza di avere una "fettina" di normalità, di festa. Il Natale successivo abbiamo raggiunto il triplo delle vendite rispetto all'anno precedente. Nel frattempo, mi sono attivato per organizzarci e affrontare un volume di vendite così elevato, snellendo e automatizzando la fatturazione online con software dedicati e QR-code, creando dei packaging su misura che riducessero peso e volume di trasporto per diminuire i costi al cliente, destinando un'area magazzino specifica per l'e-commerce, che nel periodo festivo ha visto sei persone dedicate ricevere su palmare, confezionare e smaltire gli ordini nel minor tempo possibile.



Fino a quel periodo, a Natale si evadevano circa 1.500 ordini: noi siamo stati in grado di ultimarne 12mila. Oggi grazie a un corriere speciale che garantisce refrigerazione da +4 a -18°C abbiamo cominciato a spedire anche torte fresche o abbattute. Queste per ora solo in Italia!

Per i tuoi commenti cerca il codice **83255** su **www.italiaatavola.net**

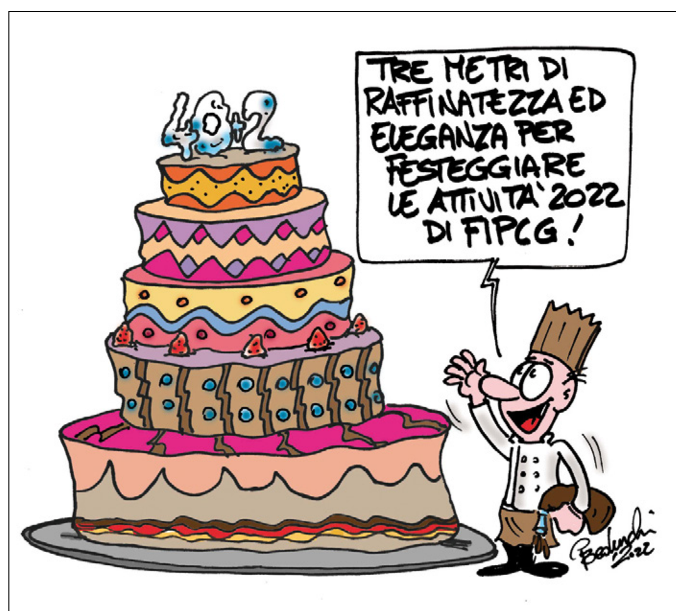


Roberto Lestani

Presidente Fipgc



Eventi, aggregazione, formazione
Le parole chiave del 2022



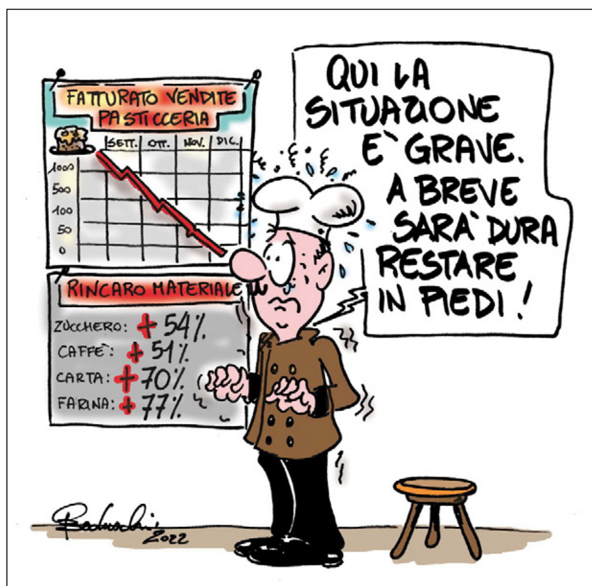
La Federazione internazionale pasticceria gelateria cioccolateria (Fipgc) inaugura il 2022 con una partenza di slancio. Dal 6 al 9 marzo (mentre scriviamo, date e programma sono confermati), saremo presenti a Carrara per la 42ª edizione di Tirreno CT. Numerose le iniziative che abbiamo in calendario. A partire dai Campionati italiani di pasticceria, che saranno l'occasione per selezionare la Nazionale che parteciperà ai Mondiali che si svolgeranno nell'ambito di Host Milano 2023. Grande attesa anche per il Campionato Miglior Colomba d'Italia Fipcg 2022 nelle categorie Classica e Innovativa. Di rilievo il concorso dedicato agli artisti decoratori, che dovranno presentare un'opera che svilupperà il tema "Raffinatezza ed eleganza di una torta" e la realizzazione di un'imponente opera dolciaria, di circa tre metri di altezza, per celebrare i "40+2" anni della manifestazione. Un numero sdoppiato perché, a causa del Covid, la festa per i quattro decenni di Tirreno CT non è mai stata organizzata.

Mi piace poi segnalare una vera novità che ben rappresenta il nostro piglio evolutivo. Da alcuni mesi la Federazione si è aperta al comparto panificazione. Bene, a Tirreno CT andrà in scena il nostro Campionato italiano di Panificazione che vedrà i concorrenti impegnati nelle sezioni pane Tradizionale, Innovativo, Artistico e Dolce da forno.

Un ampio ventaglio di eventi pensato al fine di far crescere tutto il comparto professionale, favorendo allo stesso tempo l'aggregazione. La partecipazione a queste manifestazioni si rivela inoltre una fondamentale piattaforma di promozione, una formidabile leva di marketing personale. La Federazione sarà quindi sempre in piena attività nel corso dell'anno con numerose iniziative già pianificate in Italia e all'estero. Saremo vicini agli associati ancora di più in quest'epoca di grandi evoluzioni anche per favorire lo sviluppo e l'utilizzo mirato dei canali social e dell'e-commerce, ormai parte integrante della nostra attività. La formazione a tutto campo sarà, ancora una volta, uno dei punti di forza che ci caratterizzerà.

Per i tuoi commenti cerca il codice **83072** su **www.italiaatavola.net**

Angelo Musolino
Presidente Conpait



Tra rincari e sostegni, pasticceri in cerca di soluzioni

Non è un momento florido per le nostre attività. Il rincaro dell'energia elettrica non ha colpito solo le famiglie, ma anche pasticcerie e gelaterie per le quali purtroppo gli aumenti non si fermano solamente a luce e gas. Le impennate dei prezzi riguardano anche le materie fondamentali per la realizzazione dei prodotti che vengono poi venduti sia al banco che in sala. A titolo esemplificativo: caffè (+59%), carta (+70%), mais (+77% in sedici mesi), zucchero (+54%), cotone (+109%) e molto altro, aumenti che vanno ad incidere notevolmente sui costi aziendali. Le imprese, soprattutto le piccole attività artigiane, non sono in grado di reggere all'urto dei rincari a doppia cifra dell'energia e delle materie prime e sono spesso costrette a trasferirli a valle, ai consumatori.

Ad aggravare la situazione il clima di incertezza causato della pandemia. L'aumento dei contagi sta portando ad un "lockdown di fatto", anche se non dichiarato, che sta affondando i fatturati delle attività, riducendo i clienti ma in molti casi anche il personale. Riduzione degli introiti e aumento dei costi: questa è la situazione delle aziende che in qualche modo finora hanno attutito il colpo, ma se si supera il punto critico, senza riversare i costi nel computo del servizio erogato, non restano più in piedi.

Cosa fare? Chi governa deve prendere seriamente in considerazione l'ipotesi di nuovi sostegni; lo Stato deve intervenire al più presto con misure adeguate a tutelare l'attività e il lavoro delle imprese colpite, a partire dalla proroga degli ammortizzatori sociali Covid e dall'esenzione del pagamento del canone unico per le attività commerciali almeno fino al 30 giugno 2022. Occorre inoltre dare continuità anche alle misure per il credito previste dal Ddl Liquidità, che ha messo a disposizione delle imprese circa 169 miliardi di euro di finanziamenti. Solo così si potrà dare ossigeno ad un comparto già messo seriamente a dura prova.

Conpait, ad ogni modo, continuerà ad essere impegnata in prima linea per sostenere gli iscritti. Una battaglia comune, senza lasciare da solo nessuno di noi. Con la precisa volontà di resistere, per crescere.

Musolino Angelo

Per i tuoi commenti cerca il codice **83386** su **www.italiaatavola.net**

Marco Reitano
Presidente Noi di Sala



Rimboccarsi le maniche nonostante tutte le difficoltà

Veramente difficile, imprevedibile, faticoso. Pochi aggettivi scelti, tra i tanti disponibili, per dire che il 2021 è stato in assoluto l'anno più inaspettato della mia carriera professionale. A mente lucida, nel dover dare un'identità ai 12 mesi appena trascorsi, mi rifaccio all'immagine del cameriere o barman che serve ai tavoli, con le maniche della camicia arrotolate, e trovo la metafora pienamente calzante. Dal canto suo l'autorevole enciclopedia Treccani non a caso definisce il "rimboccarsi le maniche" come il "mettersi di buona lena, con grande impegno, a un duro lavoro". Aggiungerei che la ristorazione, in quest'anno appena passato, si è altresì prestata ad altra metafora in cui la calzante similitudine è quella con le montagne russe, o qualcosa che gli assomiglia davvero molto.



Gli ultimi giorni di dicembre il telefono del ristorante dove lavoro, ad esempio, ha continuato a squillare incessantemente: le persone che chiamavano o volevano disdire la prenotazione per la vigilia di Capodanno oppure chiedere informazioni sul menu e sull'eventualità di un tavolo disponibile. Insomma, una situazione di grande incertezza. Ci siamo abituati? No, purtroppo no. Abbiamo perso litri di ossigeno indossando la mascherina in giornate infinite e con orari improbabili, a favore dei clienti, anche se le mascherine non l'hanno mostrato.

Ci siamo prestati ad ogni ruolo possibile con la volontà di non indebolire l'offerta e il servizio nei nostri locali; questo perché penalizzati da pandemiche quarantene, chiusure e cronica mancanza di personale. Abbiamo lavorato dando il massimo nell'intenzione di sostenere le nostre aziende, ma sempre con la paura di poter essere contagiati dai nostri avventori e con l'incertezza economica delle alternate chiusure.

Abbiamo dato tantissimo sollievo al pubblico riportando "normalità" nelle loro vite, continuando a regalare quei momenti piacevoli che ruotano attorno al cibo e al vino: la convivialità! Lo abbiamo fatto con sacrificio, rinunciando alla "nostra parte" di convivialità e a discapito delle nostre energie. Insomma, ancora una volta devo constatare e sottolineare che il mestiere di sala è poco stimato, sottovalutato, largamente trascurato. Consapevolezza, premio, valorizzazione: sostantivi questi, scelti tra i tanti fruibili, che auguro a tutti Noi di Sala affinché il 2022 possa rappresentare un anno di svolta.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti cerca il codice **83035** su **www.italiaatavola.net**

EUROPEAN HOTEL MANAGERS ASSOCIATION

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association



Omicron ha messo in ginocchio il settore alberghiero

Anche quest'anno abbiamo passato il Natale in modo anomalo, con diverse restrizioni, ma in ogni caso meglio dello scorso anno. I ristoranti che sono rimasti aperti hanno lavorato abbastanza bene nonostante le diverse cancellazioni ricevute qualche giorno prima di Natale. Qualche ristorante che aveva preso un 15-20% di prenotazioni in overbooking verso metà dicembre ha di fatto riempito, nonostante le cancellazioni. Gli alberghi di città hanno sofferto molto e, nonostante le previsioni lasciassero all'inizio ben sperare, purtroppo verso fine novembre hanno iniziato a ricevere cancellazioni e visto crollare il volume di nuove prenotazioni.



Le prenotazioni per i primi mesi del 2022 sono molto poche e il "delta" è negativo. Tutto il mondo "Mice" (meeting, incentives, conferences, exhibitions) sta di nuovo ricevendo solo cancellazioni o riduzioni sostanziali degli eventi che già erano penalizzati dal distanziamento sia per le riunioni sia per il numero di commensali per tavolo. Nei primi tre mesi dell'anno l'unico evento che speriamo porti un po' di lavoro è la moda donna di febbraio, anche se, con la situazione pandemica attuale, è possibile che gli stilisti tornino a sfilare in streaming e non in presenza penalizzando in questo modo tutti gli alberghi di Milano.

La variante Omicron ha di nuovo messo in ginocchio il mondo alberghiero. Le restrizioni che i vari governi hanno messo in atto recentemente colpiscono le persone intenzionate a viaggiare. Le cancellazioni di migliaia di voli in America, in Europa e in molte altre parti del mondo ne sono la conseguenza.

Se le condizioni di lavoro non miglioreranno velocemente, penso che il governo dovrà rivedere in che modo sostenere il mondo dell'ospitalità, ad esempio riproponendo la Cassa integrazione Covid per i dipendenti, abolendo l'Imu per il primo semestre 2022, riposizionando i crediti di imposta per la gestione delle spese legate alla pandemia, dando contributi a fondo perduto a tutte quelle aziende dell'ospitalità con fatturato superiore ai 10 milioni di euro (base 2019). Non dimentichiamoci infatti che nel 2020 e 2021 le aziende con fatturato superiore ai 10 milioni non hanno avuto alcun contributo a fondo perduto, nonostante un crollo del fatturato di oltre l'80% nel 2020 e del 50-60% nel 2021.

Per i tuoi commenti cerca il codice **83027** su **www.italiaatavola.net**

Francesco Guidugli
Presidente Solidus

Ospitalità fa rima con benessere e salute

Per i professionisti dell'ospitalità il Convegno istituzionale di Solidus Turismo - tenutosi a Napoli e intitolato "Ospite, i professionisti a tutela del suo benessere" - è stato una presa di coscienza della responsabilità sociale e del dovere etico nei riguardi di milioni di persone che frequentano le strutture alberghiere e in generale tutte le attività ricettive. La tutela del benessere dell'ospite deve essere sempre di più tra i punti cardine della professione.



Il presidente di Amira, Valerio Beltrami, ha affermato che quando un ospite entra in un locale turistico, oltre alla persona che lo accoglie e ascolta i suoi desideri, c'è un imponente lavoro di squadra attento alla ricerca della sua soddisfazione e salute e quindi del suo benessere. Oltre al direttore, al maître, allo chef, ai camerieri di sala, alle cameriere ai piani, ecc., ci sono anche persone che lavorano in reparti interni come la manutenzione, il personale di fatica, chi lavora alla plonge, sempre personale ben formato e attento a garantire che tutti i loro comportamenti contribuiscano alla qualità del servizio.

Il benessere passa anche attraverso la tavola. Gaetano Cerciello della Federazione italiana cuochi ha sottolineato che è necessario avere in cucina dei professionisti esperti, formati e informati, che siano tutori della salute e del benessere dell'ospite. Cerciello ha concluso il suo intervento citando una frase molto significativa del celebre gastronomo francese Jean Anthelme Brillat-Savarin: «Saper ricevere è un'arte: invitare qualcuno a pranzo vuol dire incaricarsi della felicità di questa persona durante le ore che egli passa sotto il vostro tetto».

Antonello Maietta, presidente dell'Associazione italiana sommelier, ha spiegato che il sommelier con garbo e con un dialogo costante cerca di rendere l'ospite più soddisfatto possibile. Il suo ruolo non è quello di vendere il vino più costoso, ma consigliare, individuare il meglio per l'ospite. Il sommelier non incoraggia mai un consumo smodato ma un bere consapevole, consigliando anche alternative come succhi o infusi adatti al piatto che è stato servito.

«Bevi responsabilmente perché bere sia sempre e soltanto un piacere»: questo il motto pronunciato da Bernardo Ferro, presidente di Abi Professional, che ha espresso una chiara e inequivocabile indicazione di promozione della salute che caratterizza i barman professionisti. È già da un paio di anni che nelle liste cocktail di tanti bar si trovano informazioni aggiuntive sul drink: oltre agli ingredienti, si trovano il volume alcolico, le calorie e i millilitri di alcol presenti in ogni bevanda.

Le esperienze raccontate dai quattro rappresentanti delle associazioni e le attività messe in campo giornalmente a salvaguardia della salute e del benessere dei loro ospiti possono essere ottimi spunti di riflessione per tutti.

F. Guidugli

Per i tuoi commenti cerca il codice **83040** su **www.italiaatavola.net**



Valerio Beltrami

Presidente Amira



Il cameriere è l'Ambasciatore dell'accoglienza



Ci siamo lasciati alle spalle il 2021 con tutti i problemi che ha creato. Ora che siamo nel 2022 dobbiamo essere consapevoli che la battaglia non è ancora finita, c'è ancora molta incertezza sia lavorativa che politica, ma se i mesi a venire sono pieni di preoccupazioni non dobbiamo perdere la fiducia e scoraggiarci, anzi dobbiamo essere ottimisti e continuare a lottare per i nostri obiettivi. Quegli obiettivi che vogliono far tornare la nostra professione al ruolo che si merita e permetterci di ricevere nei nostri locali gli ospiti con quel sorriso che sino ad oggi è stato nascosto dalle mascherine.

Basta dare la colpa solo al reddito di cittadinanza, come sostengono molti: io credo che siano altri i problemi del perché non si trova personale e si dà la colpa ai giovani che non hanno voglia di lavorare. Dobbiamo considerare che è un lavoro usurante, dove non ci sono orari, festività, poca considerazione... Quante volte sentiamo alla televisione personaggi famosi o leggiamo sui giornali frasi come "ho fatto anche il cameriere", come se fosse l'ultima opportunità per trovare un lavoro.

È ora di ridare dignità e considerazione a chi lavora in sala, non è uno schiavetto o un semplice portatore di piatti, bensì l'Ambasciatore dell'accoglienza che con il suo sapere e il suo saper fare riesce a far stare bene l'ospite, sa ascoltarlo, lo consiglia, in poche parole lo coccola. Sì, perché se l'ospite esce soddisfatto e se siamo riusciti ad emozionarlo possiamo dire che in fin dei conti abbiamo curato anche il suo stato di benessere.

Ecco, mi auguro che questo nuovo anno ci porti tutto ciò, ma per raggiungere questo risultato dobbiamo restare insieme, unire le nostre forze in sinergia. Come già detto molte volte, non dobbiamo più pensare al nostro orticello, perché se continueremo a farlo tra qualche anno troveremo in cucina e in sala dei robot che cucineranno e trasporteranno il piatto dalla cucina al tavolo, e non credo che i nostri ospiti lo gradirebbero molto.

Per i tuoi commenti cerca il codice **83024** su **www.italiaatavola.net**



Bernardo Ferro

Presidente Abi Professional



Avanti tutta! Non si fermano le attività di Abi Professional

È ormai da giugno 2021 che ho l'onore di rappresentare Abi Professional, dopo aver preso il posto di Ernesto Molteni come presidente, ed è per me un piacere comunicare a tutti gli associati che dei tanti progetti che avevo ed avevamo nel cassetto quasi tutti sono stati portati avanti, limitazioni permettendo e nonostante la pandemia. I cinque capisaldi che avevo identificato all'inizio del mio mandato - rispetto, chiarezza, disponibilità, trasparenza e onestà - sono più attuali che mai per descrivere lo spirito della nostra associazione.



Nel corso degli ultimi mesi Abi Professional è stata molto vicina ai suoi soci. Riducendo ancora per un anno la quota associativa, ha fornito loro supporto nel cercare lavoro; ha organizzato masterclass, concorsi di cocktail e altre attività; è a disposizione delle aziende per supportare eventi e presentazioni. Tutti gli appuntamenti associativi sono stati un successo.

Il primo step è stato a fine ottobre con il Concorso nazionale dell'associazione, un importante meeting dove ci siamo ritrovati e confrontati dopo tanto tempo. Poi il celebre Elba Drink, un'iniziativa stupenda che ha come tema di fondo il buon bere consapevole (probabilmente con il montepremi più alto che si possa avere in Italia in un concorso come questo). A seguire la Skyway Cocktail Competition, un concorso incredibile - il più alto d'Europa - che vede protagonista il Génépy tipico delle nostre montagne. Infine, una visita a tu per tu con Al Bano presso le Tenute Carrisi, in Puglia.

Ora, dopo mesi tanto impegnati e impegnativi quanto pieni di soddisfazioni, vorrei che Abi Professional ripartisse ancora più forte di prima, facendo crescere la nostra realtà, promuovendo la nostra associazione e il nostro logo, cercando di far crescere i numeri e coinvolgendo sempre di più coloro che non hanno ancora compreso i vantaggi della vita associativa. Tutti abbiamo creduto nella ripartenza e ci stiamo impegnando insieme per organizzare - con la passione, l'entusiasmo e la competenza che da sempre ci contraddistinguono - concorsi e manifestazioni in giro per l'Italia. Questo è il mio augurio per tutti, soci e non, per il 2022: siamo ripartiti, sperando di non fermarci più, quindi avanti tutta! E che il 2022 sia per tutti un anno pieno di soddisfazioni, sia lavorative che personali.

Per i tuoi commenti cerca il codice **83031** su **www.italiaatavola.net**

ECCO COM'È CAMBIATA LA PRIMA COLAZIONE

GLI ITALIANI NON LA SALTANO, DOLCE O SALATA CHE SIA





di *Luca Bassi*



È con dolcezza che in Italia ci risvegliamo. Cappuccino e cornetto: è questa la più tipica prima colazione di un italiano, al bar soprattutto. E poi ancora biscotti, torte lievitate, pane, marmellata, miele, burro, frutta, spremute d'arancia. Una colazione dolce, spesso troppo breve. Una carica di carboidrati uniti alle proteine del latte e all'energia del caffè. Si tratta di una tradizione che affonda le sue radici nella stessa storia del Mediterraneo: per capirla, bisogna risalire addirittura agli antichi Egizi, ai Greci, ai Romani, alle loro economie prevalentemente agricole e alla tradizione culinaria che ne è derivata.

Iniziare la giornata con l'energia giusta

La prima colazione fornisce la spinta giusta per affrontare la giornata, soprattutto se costituisce almeno il 20% del nostro fabbisogno energetico giornaliero. Proprio per il suo mix di carboidrati, proteine, vitamine, zuccheri semplici e lipidi, garantisce il giusto apporto calorico per ricaricarsi dal digiuno notturno, rimettere in moto il metabolismo e riattivare i neuroni. Fare colazione lentamente, dedicandovi almeno un quarto d'ora di tempo, aiuta a prolungare il senso di sazietà, fornendo l'energia giusta per arrivare a pranzo senza spiluccare snack poco salutari o bevande gassate qua e là nel corso della giornata.

Alcuni la saltano, per mancanza di tempo o di appetito, ma in 9 su 10 la adorano: la prima colazione è un momento conviviale che unisce. Ma spesso non c'è consapevolezza di quello che si consuma. Esperti del settore e bartender svelano quali sono i trend attuali nei consumi fuori casa

Pochi italiani rinunciano alla prima colazione

Che sia a casa - in solitudine o in famiglia - oppure al bar, poco importa: la cosa certa è che pochi italiani rinunciano alla prima colazione: secondo una ricerca realizzata lo scorso anno dall'Istituto Eumetra per Unione Italiana Food, sembra infatti che in Italia 9 persone su 10 (il 91%) non ci rinunciano. La bontà di questa scelta è confermata dalla scienza, che spesso ci ha spiegato perché il pasto del mattino è un momento felice per l'organismo e fa bene all'umore. Dai cereali ricchi di triptofano, amminoacido precursore della serotonina, al latte abbondante in calcio, nutriente fondamentale per la trasmissione degli impulsi nervosi del piacere, alla frutta: la prima colazione è un pasto fondamentale.

Colazione al tempo dello smart working

L'avvento della pandemia ha cambiato le nostre abitudini e i riti del mattino. Molte persone hanno iniziato a lavorare da casa attraverso lo smart working, adottando un ritmo di vita in parte più lento e gratificante. Per questo la colazione è diventata sempre di più un appuntamento centrale della giornata. Secondo una recente ricerca Doxa, la totalità degli italiani (99%) fa regolarmente colazione, la maggior parte tutti i giorni (91%) e principalmente a casa (84%). In un momento in cui, a causa della pandemia da Covid, si è diffuso un senso di profonda incertezza e insicurezza, la colazione è in generale un momento che fa ➡

stare bene (96%), tanto che 8 persone su 10 vorrebbero dedicargli più tempo. Secondo l'Osservatorio Doxa-UnionFood, gli italiani dedicano in media 13 minuti alla colazione. Un tempo evidentemente ancora non sufficiente, tanto più se si considera che per 9 italiani su 10 (89% del campione intervistato) la colazione è il primo appuntamento felice della giornata.

Dall'indagine emerge come il 64% degli italiani collega la felicità che scaturisce dalla colazione alla possibilità di godere di un momento intimo e di rilassatezza. Mentre per 4 italiani su 10 (41%) la gioia di questo momento è più direttamente connessa al poter mangiare qualcosa di buono. Per il 33% stare bene a colazione è sinonimo di condivisione di tempo con la propria famiglia, mentre per il 23% degli italiani la possibilità di variare gli alimenti della colazione è motivo di soddisfazione. Per 3 italiani su 4 (75%) la colazione è principalmente dolce (soprattutto per le donne, nella fascia d'età 35-54 anni), mentre il 18% ama alternare dolce e salato e solo il 7% mangia salato durante il primo pasto della giornata. Se la maggior parte degli italiani (64%) preferisce mangiare sempre le stesse cose, dalla ricerca scopriamo che quasi 4 italiani su 10 (36%) sono invece sperimentatori e amano diversificare ogni volta la propria colazione al mattino.

In crescita la richiesta di bevande vegane

«Caffè espresso, cappuccino e bevande base latte restano in testa alle preferenze», ci conferma **Gianni Cocco**, maestro del caffè di Aicaf (l'Accademia italiana maestri del caffè) e docente di Cast Alimenti. «Ma occhio alle bevande alternative: soia, avena e


Gianni Cocco

riso, la gente chiede sempre più spesso questo tipo di prodotti per restare più leggera, perché segue una dieta vegana o perché ha delle vere e proprie intolleranze. Ovviamente stiamo parlando di bevande che non hanno zuccheri aggiunti e rispettano le linee guida, bevande a disposizione dei professionisti e che non si trovano nella grande distribuzione».

Anche il cornetto è un grande classico: «Vanno per la maggiore sempre quelli alla crema, alla marmellata, al cioccolato - continua Cocco - ma vengono ancora apprezzati pure quelli vuoti. E anche qui sta crescendo in modo significativo la richiesta di cornetti vegani, che non contengono nessun tipo di grasso animale».

Cappuccini speziati, sempre più richiesti

Attenzione alle nuove tendenze, come i cappuccini speziati. «Si possono fare con curcuma, zenzero, macha, alga spirulina, liquirizia... con ogni tipo di spezia che va ad arricchire il cappuccino sia a livello di gusto che a livello nutrizionale», spiega il maestro Cocco. «Come si prepara? È molto semplice: la spezia va messa in infusione nel latte freddo prima che questo venga montato. Il latte non verrà completamente colorato ma avrà dei profumi nuovi, a volte inaspettati. Per qualche italiano è qualcosa di inusuale, un'esperienza che non sempre è apprezzata. Ma vi assicuro che ci sono delle combinazioni fantastiche, che vale la pena provare».




Nicola Mor



Brunch e prima colazione salata, non solo per stranieri

Negli ultimi tempi è cresciuta anche la consumazione di prime colazioni salate: toast, panini dolci farciti con formaggi e salumi, cornetti salati. Una novità che tanti coffee shop stanno incrementando perché, complice la pandemia e l'assenza di turisti, diversi barman si sono accorti che non piace solo agli stranieri. «Anche il brunch ha preso molto piede su una fascia d'età di italiani», ci spiega **Nicola Mor**, barman professionista e docente di Cast Alimenti. «Piace perché è una proposta smart che riesce ad accontentare tutti, non a caso spesso è fatto tra amici ed è una via di mezzo tra una prima colazione presa troppo tardi e un pranzo anticipato. Oggi inizio a vedere sempre più locali che puntano soprattutto sul brunch».

«Quando parlo di caffè purtroppo riscontro ancora tanta ignoranza: la maggior parte degli italiani lo beve con la sola consapevolezza di assumere un prodotto che gli possa dare energia per affrontare la giornata», afferma Mor. «Manca la cultura: si beve perché è caffè senza sapere cosa contiene, cosa c'è dietro, come arriva fino alla tazzina. I grandi marchi sono tra i responsabili di tutto questo perché hanno migliorato tantissimo le macchine e hanno messo a disposizione del consumatore una tecnologia molto avanzata, ma non hanno investito nella materia prima: sul mercato c'è tantissimo caffè di scarsissima qualità».

Imprenditori spesso per nulla preparati

Sulla stessa lunghezza d'onda **Maurizio Valli**, titolare del Bugan Coffee Lab di Bergamo: «Purtroppo in Italia si punta tanto sulla quantità e poco sulla qualità. Nel 90% di bar e caffetterie, che difficilmente hanno attrezzature all'altezza della situazione, la maggior parte delle persone impreparate sono imprenditori prestati al mondo della ristorazione che quando devono scegliere una macchina si affidano al fornitore di caffè: trovo vergognoso che ancora oggi ci siano caffetterie che utilizzano il macinino volumetrico al posto di quello on demand!».


Maurizio Valli

Il segreto del successo del Bugan Coffee Lab non sta solo nell'ampia scelta di caffè di straordinaria qualità, ma anche nell'attenzione maniacale che Valli mette nella ricerca di ogni prodotto o materia prima: «Chissà quante volte vi è capitato di bere un cappuccino fatto con un buon caffè e un latte pessimo, che ha rovinato il tutto», sottolinea Valli. «Il latte è fondamentale: ai miei clienti cerco sempre di spiegare l'importanza di un latte di alta qualità, fresco, intero, che trasmetta qualcosa in termini di profumo e gusto. Il latte non è tutto uguale, così come un cornetto, una fetta di torta: non c'è differenza tra un cornetto confezionato e un cornetto preparato da una pasticceria di livello? Lo stesso vale per il caffè e per il latte, è giunto il momento che tutti se ne accorgano». cod 83256



PRIMA COLAZIONE
PASTO FONDAMENTALE: SALTARLA È UNA PESSIMA ABITUDINE

di *Luca Bassi*

Ormai è risaputo: la prima colazione è un pasto fondamentale, forse il più importante della giornata. Per questo motivo dovrebbe essere ricca e nutriente, sempre. Al mattino, infatti, l'organismo proviene da parecchie ore di digiuno, per cui ha bisogno di energia e nutrienti per carburare e aiutarci ad affrontare al meglio la giornata.

Ovviamente, la prima colazione non andrebbe mai saltata. Ce lo conferma anche il professor **Giorgio Calabrese**, docente di dietetica all'Università del Piemonte Orientale, specializzato in Scienza dell'Alimentazione, consulente scientifico del Ministero della Salute, giornalista pubblicista e ricercatore (nonché vincitore della seconda edizione del sondaggio "Personaggio dell'anno - Premio Italia a Tavola", nel 2009): «Saltare la prima colazione è una bruttissima abitudine - spiega - purtroppo diffusa in alcune zone d'Italia. Ci sono persone che preferiscono dormire venti minuti in più sacrificando il primo pasto della giornata. Un errore madornale».

Perché è importante non saltare mai la prima colazione?

Il nostro corpo è una macchina e ha bisogno di rifornimenti costanti. La prima colazione è, proprio come dice la parola stessa, il primo vero pasto della giornata, il primo rifornimento per muscoli e cervello. Se la saltiamo non possiamo pretendere che la macchina si metta in moto nel modo corretto.

Quanto è importante la prima colazione per chi svolge un lavoro manuale?

È fondamentale. Chi deve fare sforzi fisici ha bisogno di "benzina" e questa benzina deve arrivare da un buon carboidrato: una fetta di torta fatta in casa o un buon pane tostato, meglio se integrale, con del miele o della marmellata. Per completare il pasto si possono mettere del latte, del tè o del caffè. Vanno benissimo anche la frutta fresca, la frutta secca oppure una spremuta di frutta.

E per chi svolge un lavoro più sedentario?

Anche chi svolge un lavoro sedentario ha bisogno di una prima colazione fatta come si deve. Perché anche il cervello è un "motore" che deve essere rifornito: se si salta la prima colazione si avranno sicuramente problemi di concentrazione, statene certi.

Se non ci suona la sveglia e dobbiamo correre sul posto di lavoro saltando la prima colazione, cosa ci consiglia?

Di fare un break entro tre ore dalla sveglia: puoi prendere un espresso, uno yogurt alla frutta, un frutto fresco e una spremuta. In alternativa una fetta biscottata integrale con marmellata e miele. Può essere anche uno spuntino veloce, ma è fondamentale per riattivare il metabolismo, per portare qualcosa nello stomaco e nell'intestino.

E se la mattina sono inappetente?

In quel caso bisogna fare uno sforzo perché, come abbiamo ripetuto, la prima colazione è troppo importante. Può bastare anche un caffè accompagnato da un frutto, già quello sarebbe una colazione magnifica. Poi, però, si faccia quel break di cui abbiamo parlato in precedenza.

I carboidrati, spesso bistrattati e criticati, quanto sono importanti la mattina?

I carboidrati sono importanti sempre, non solo la mattina. Al massimo possiamo dire che sono importanti soprattutto la mattina. E sceglierli integrali fa la differenza, perché il carboidrato integrale è ricco di fibre e la fibra la mattina stimola ancora di più l'intestino, che durante la notte ha avuto il tempo di assorbire tutta l'acqua presente nel colon. Inoltre, le fibre aiutano l'intestino a non assimilare grassi e zuccheri. E lo fanno anche funzionare meglio frapponendosi tra la mucosa intestinale e la massa fecale.

Prima colazione al bar con cappuccino e cornetto: cosa ne pensa?

Ovviamente non è vietato, non c'è nulla di vietato. Ricordiamoci che se ci vogliamo togliere uno sfizio con un alimento parecchio calorico è meglio farlo la mattina, perché in questo modo avremo molte ore davanti per consumare le calorie ingerite. Il cornetto? Non dobbiamo dire sempre di no: prendiamolo, poi però cerchiamo di evitare gli zuccheri complessi per il resto della giornata.

Negli hotel oggi giorno sono diventati un'abitudine i buffet imperiali per la prima colazione. Come resistere a tutte quelle tentazioni?

Lo sgarro si può anche fare una volta ogni tanto, l'importante è non ripeterlo di continuo. Concedersi una prima colazione ricca di zuccheri non è un reato, soprattutto se ci troviamo in vacanza. La cosa fondamentale è saper tornare sulla "retta via" già il giorno dopo.


Giorgio Calabrese

E se abbiamo fatto una prima colazione troppo abbondante come possiamo gestire il resto dei pasti?

L'ideale, in questo caso, sarebbe una bella insalatona con verdura a foglia larga. Posso aggiungere anche dei legumi se l'insalatona da sola non mi ha saziato, hanno tanta fibra che aiuterà il mio intestino a lavorare gli zuccheri in eccesso che ho assunto la mattina. La sera, invece, carne o pesce accompagnati da verdure e, al massimo, una fetta di pane integrale.

Molti italiani per la prima colazione si affidano a prodotti preconfezionati, di quelli che si trovano con facilità sugli scaffali dei supermercati. Andrebbero evitati?

Assolutamente sì. E se proprio non ne possiamo fare a meno cerchiamo di scegliere quelli integrali, oppure quelli fatti con olio e non con strutto o burro. E poi, altra precauzione fondamentale, cerchiamo di scegliere quelli di marche italiane: non voglio fare discriminazione, ma spesso e volentieri i prodotti che arrivano dall'estero contengono il doppio, a volte il triplo degli zuccheri e dei grassi rispetto a quelli di aziende italiane. cod 83244





Colazione

DAL CUORE ITALIANO CON LE SPECIALITÀ BINDI

In oltre 70 anni di esperienza, passione e creatività, Bindi ha condiviso con gli italiani l'amore per la bontà. Oggi questa maestria rende unica la colazione: dal cornetto al krapfen, dalla treccia alle nuove proposte per il gusto moderno. Nelle specialità della linea bar c'è tutta l'eccellenza che ha reso Bindi il nome della pasticceria in Italia e nel mondo. L'unicità della proposta firmata Bindi, una vera "Colazione dal cuore italiano", è garantita dalle ricette esclusive e dalle farciture. Prima tra tutte è la crema pasticcera, trionfo dell'arte pasticcera, un vero e proprio capolavoro: il tesoro custodito nel cuore delle specialità Bindi.

Con il nuovo assetto produttivo, che consta di 8 stabilimenti, l'azienda ha investito su una gamma per la prima colazione di produzione propria, con ricette mirate che conciliano tradizione, tecnica e sensibilità ai trend di consumo.

L'offerta è ampia, con oltre 70 proposte consentono al gestore di selezionare i prodotti andando incontro alle esigenze dei consumatori, in linea con l'esperienza che il suo format vuole trasmettere.

L'impegno commerciale dell'azienda consiste nell'essere sempre accanto ai suoi clienti, in qualità di specialisti, affinché la scelta dei prodotti sia consapevole e comunicata agli avventori che dimostrano esigenze di consumo attente e consapevoli. Caratterizzare la colazione, vivere l'esperienza del cornetto ideale rispetto ai propri gusti è possibile comunicando l'offerta in maniera tematica: i cornetti della tradizione italiana "must have", le specialità che abbinano impasti a farciture per nuove esperienze di gusto, la proposta fibre&gusto che unisce l'attenzione verso prodotti "free-from" realizzati con farine non raffinate senza rinunciare al piacere del gusto.

cod 83421



Gran croissant pistacchio

Bindi
via della Liberazione 1 - 20098
San Giuliano Milanese (Mi)
Tel 02 982941 - **www.bindidessert.it**



SIGEP CAMBIA DATE DAL 12 AL 16 MARZO

Sigep - The Dolce World Expo, la 43ª edizione del Salone internazionale di gelateria, pasticceria, panificazione artigianali e caffè, dà appuntamento alla sua community, in presenza, dal 12 al 16 marzo alla Fiera di Rimini. Decisione già annunciata da Italian Exhibition Group a fine dicembre, ascoltati il mercato e le associazioni di categoria, per permettere una migliore affluenza dei buyer, tanto dall'Italia quanto dall'estero, alla ricchissima vetrina di prodotto e innovazione. E vivere in piena sicurezza il programma delle Arene, della Vision Plaza, il caleidoscopio di saperi, business, tendenze che rende questa manifestazione l'ambasciatore italiano del dolce nel mondo.

Nuovamente calendarizzate le quattro Arene dedicate al gelato, con le selezioni dei gelatieri e pasticceri che parteciperanno nel 2023 alla Gelato European Cup, alla Pastry, con le voci,

STAF59



Sigep sarà il palcoscenico giusto per lanciare il nuovo brand STAF59. L'azienda, fondata nel 1959 da Antonio Gessaroli con il nome Staff Ice System, produce una vasta gamma di macchine per il gelato e apparecchiature per il freddo. Un'azienda come quelle "di una volta" dove il sapere viene tramandato come un tesoro di inestimabile valore. Ma anche un'azienda del futuro dove il sapere viene tramandato alle nuove generazioni. In un contesto di indebolimento delle relazioni profonde e perdita di orientamento rispetto al futuro, STAF59 è un esempio virtuoso di un'azienda che si assume la responsabilità delle proprie scelte e dell'impatto che esse hanno sul futuro delle persone.
Con il progetto di comunicazione "I Signori della Crema" i fratelli Massimo e Stefano Gessaroli presentano un'immagine rivoluzionata che ha lasciato intatte le radici storiche dell'azienda riminese ma che si presenta come una sfida molto interessante per il futuro. La vera rivoluzione la scopriremo a Sigep, con il lancio di un nuovo brand e una linea di macchine dedicate esclusivamente al mercato Italia (almeno inizialmente) progettate per l'élite dei pasticceri italiani.

PAD A5 - STAND 074

le ricette, gli show cooking dei Maestri pasticceri sulla via della sostenibilità ambientale e d'impresa, della Bakery, a cavallo tra tradizione ed esplorazione delle materie prime, e del Caffè con le competizioni dei World Coffee Championships e World Cup Tasters. Altrettanto per i panel internazionali della Vision Plaza, dove si alterneranno gli analisti economici di Npd Group, le principali associazioni e i media partner. È tutta la community di Sigep che attende che gli indicatori pandemici superino la fase critica sulla spinta di una rafforzata campagna vaccinale.

Marzo è il momento per presentare i trend del 2022

Marzo, dunque, come momento migliore possibile per presentare al mercato i trend del 2022 e dare inizio alla nuova stagione del foodservice dolce, →

Carpigiani



Carpigiani propone all'interno del suo stand un fitto calendario di eventi con ospiti internazionali, seminari e percorsi di analisi sensoriale. Tra gli ospiti confermati Santi Palazzolo, Francesco Boccia e Fabrizio Fiorani. Tra le novità tecnologiche ideali per bistro, ristoranti e caffetterie, sarà presentato il nuovo sistema modulare Synthesis 2.

PAD C1 - STAND 015/021/061/143

Eurovo



Maia Professional Line è una gamma super premium dedicata al mondo dell'Horeca e del Bakery. Una linea di ovoprodotti da uova 100% italiane da allevamento a terra di categoria A e provenienti da filiera certificata, che offrono l'affidabilità, la praticità e la sicurezza necessari ai professionisti di alta ristorazione, pasticceria, gelateria e gastronomia.

PAD B5 - STAND 062

AB Mauri Italy - Divisione AB Italmill



A Sigep 2022 due brand della Divisione AB Italmill. Scrocchiarella presenterà le nuove Preferite, interpretate da noti chef pizzaioli professionisti che ogni giorno prepareranno una ricetta diversa con ingredienti del proprio territorio. Besozzi Oro, per la pasticceria, in collaborazione con Chocolate Academy di Barry Callebaut, mostrerà le possibili farciture e glassature dei grandi lievitati da ricorrenza con i cioccolati del brand Novacrem.

PAD B5 - STAND 114

Debic



Facile riconoscere nel concept scelto per la partecipazione a Sigep, "Alchimie in equilibrio", la firma del Maestro Leonardo Di Carlo, ambassador Debic. Numerosi gli appuntamenti in programma allo stand Debic. Sigep sarà inoltre il palcoscenico d'eccellenza per presentare gli ultimi progetti di casa Debic: Cream Plus Macarpone Debic

PAD B5 - STAND 120

d'intesa con le filiere, le associazioni di categoria, i Maestri pasticceri, gelatieri e panificatori italiani e internazionali e gli specialisti del caffè. Un'intesa che si estende anche al territorio, grazie all'ampia collaborazione degli albergatori a spostare le prenotazioni già effettuate per gennaio sulle nuove date di marzo, senza alcuna penalità per gli espositori e i visitatori di Sigep.

Apre la piattaforma digitale di Italian Exhibition Group

Dal 10 febbraio, inoltre, apre per i visitatori la piattaforma digitale di Italian Exhibition Group per svelare in anteprima sia le novità di prodotto degli espositori sia il ricco palinsesto degli eventi che gli operatori potranno apprezzare dal vivo in fiera a marzo. Confermata la Digital Agenda dal 16 al 18 marzo per il business che attraversa i fusi orari. ➜

Molino Dallagiovanna



Presentazione al grande pubblico di Sigep di tanti nuovi progetti, come Pastry Bit Competition, competizione rivolta ai pasticceri di tutta Italia, con iscrizioni aperte da gennaio, ma anche Meet Massari R-evolution, progetto formativo che vede anche quest'anno il coinvolgimento del "Maestro dei Maestri" della pasticceria italiana, Iginio Massari.

PAD B5 - STAND 053

Menù

Da sempre attenta ai nuovi trend e pronta a soddisfare le esigenze dei clienti, Menù, azienda specializzata nella produzione di specialità alimentari per il foodservice, propone un'ampia gamma di referenze ideali per realizzare, farcire e guarnire croissant e bignè salati, tortine, salatini, vol au vent, finger food, lievitati e bicchierini monoporzione.



PAD D5 - STAND 140

Un appuntamento da non perdere

Da oltre 40 anni, Sigep è il punto di riferimento per le innovazioni dell'intero settore e fornisce una panoramica completa di tutte le novità del mercato: materie prime ed ingredienti, macchinari e attrezzature, ma anche arredamento, packaging e servizi. È anche il punto di incontro per lo scambio di idee, tendenze e visioni presentate ogni anno dai più importanti esperti e opinion leader del settore. Nelle Arene tematiche si riaccendono i riflettori su competizioni internazionali, dimostrazioni, talk show, workshop e incontri di formazione.

L'edizione 2022, in presenza, sarà un'occasione unica per scoprire i nuovi scenari legati al cambiamento epocale del fuori casa e come questa trasformazione rivoluzionerà il modo di fare business, sia delle aziende, che di tutti i professionisti che operano nel settore. cod 83356

Julius Meinl

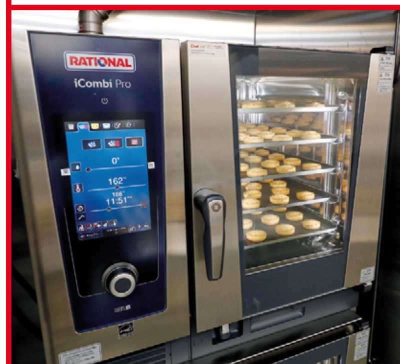


Dalla passione, creatività e continua ricerca e innovazione di Julius Meinl, storica torrefazione austriaca con cuore produttivo a Vicenza, nasce 1862 Vienna: l'intramontabile miscela 1862 Premium si rinnova in una nuova miscela, un caffè con il fascino dell'"oro liquido", impreziosito da 160 anni di tradizione ed esperienza, per un'altissima qualità in tazza.

PAD D3 - STAND 032

Rational

Con iCombi è possibile sfornare pane e dolci in maniera continuativa, evitando sprechi. È un sistema di cottura intelligente che consente l'ottimizzazione degli spazi e una maggiore produttività. Di recente l'azienda ha introdotto nuovi processi specifici per pasticceria e panificazione e programmi personalizzati.



PAD B2 - STAND 021



Silko



A Sigep l'azienda presenterà una soluzione per la preparazione dei secondi con angolo frittura, il blocco cottura dedicato ai primi, con focus sulle molteplici funzioni del cuocipasta, e infine Silblock, l'elegante cucina personalizzata dall'elevata resistenza e solidità, realizzata senza giunzioni e costituita da un unico piano di lavoro in acciaio inox.

PAD B6 - STAND 006



MOLINI VALENTE A SIGEP CON LE LIVE DEMO DEI BRAND AMBASSADOR

Fantasia, evoluzione, formazione: sarà una presenza a 360° quella di Molini Valente a Sigep 2022, in programma a Rimini Fiera dal 12 al 16 marzo prossimi. Appuntamento al padiglione D5, stand 27, in un ampio spazio attrezzato di laboratorio: protagoniste, le farine dello storico molino piemontese interpretate dai brand ambassador Luigi Stamerra per il comparto pizza, Elena Lipetskaia per la panificazione e Marco Oberti per la focaccia, che daranno vita a live demo esclusive di sicuro interesse per tutti i professionisti. Veri fuoriclasse, dimostreranno dal punto di vista non solo tecnico ma anche creativo le potenzialità delle farine Molini Valente, dalle classiche alle innovative. Conosciamoli nel dettaglio.

Luigi Stamerra: pizza gourmet, tra tradizione ed evoluzione

Presidente dell'Associazione pizzaioli professionisti e formatore di lunga data, **Luigi Stamerra** collabora da diversi anni

Luigi Stamerra



Elena Lipetskaia



Marco Oberti



con Molini Valente: «In ruolo di tecnico e oggi di brand ambassador - spiega - ho portato il mio contributo e la mia esperienza nello studio di nuove farine. Alcuni esempi? La nuova Linea Pizza, ma anche la gamma Vitala. Si tratta di prodotti perfetti per un'evoluzione della pizza, rispettandone la tradizione ma con una marcia in più».

Dalla Ricerca e Sviluppo Molini Valente arrivano infatti farine di nuova generazione che Luigi Stamerra illustrerà nel dettaglio durante le live demo di Sigep. «A rotazione saranno protagoniste diverse referenze, sia della Linea Pizza che Vitala+ e Vitala Zen. Spiegherò con esempi pratici le potenzialità e i campi di applicazione di questi ingredienti, a mio avviso unici nel panorama attuale, con un occhio anche agli abbinamenti e al loro studio».

Un'evoluzione, quella relativa ad impasti e abbinamenti, che si rivela una necessità: «Il comparto pizza è oggi più che mai ad un punto di svolta: cresce la domanda di specializzazione, cosa che passa anche dagli ingredienti. Prodotti affidabili, nuovi ma genuini, capaci di accontentare una clientela sempre più esigente sono alla base del successo di un'attività di questo tipo. Ecco perché credo fortemente nei valori di Molini Valente: qualità, ricerca e sviluppo, evoluzione nel rispetto della tradizione».



Panificazione innovativa (anche integrale) nelle demo di Elena Lipetskaia

Ingegnere tecnologo alimentare, **Elena Lipetskaia** è responsabile del Laboratorio di panificazione interno di Molini Valente e svolge consulenze per diverse aziende italiane ed estere. Laureata nel 1996 a San Pietroburgo (Russia) presso l'Accademia dell'Industria del Freddo e delle Tecnologie Alimentari con la Specializzazione professionale in "Tecnologia del pane, dei dolciumi e delle paste alimentari", ha maturato in seguito esperienza e professionalità nel campo della panificazione ed è autrice di diverse pubblicazioni di settore.

A Sigep porterà tutta la sua esperienza e le sue conoscenze per una panificazione in chiave moderna. L'attenzione sarà concentrata a presentare al grande pubblico le linee di prodotto di Molini Valente, in particolare le linee Vitala, Vitala +, Vitala Zen e la Linea Pro ossia le farine pensate per tutti i professionisti che prediligono prodotti con alto tenore di fibre. «Sarà un momento di confronto molto stimolante per tutti i professionisti», racconta Lipetskaia. «Durante le live demo del Sigep utilizzerò diverse farine innovative di Molini Valente con l'obiettivo di trasmettere ai professionisti tutte le potenzialità di queste farine, lato creativo e tecnico, utilizzando diversi metodi di lievitazione». Vitala+ e Vitala Zen in tutte le loro varianti gustose e colorate saranno protagoniste con i loro colori e sapori. Tante novità interessanti e un programma ricco con cui Elena grazie alla sua maestria saprà incuriosire i partecipanti.

Marco Oberti, focacce liguri in chiave moderna

Marco Oberti genovese "Doc", è titolare del panificio "Il Forno di San Nicola" a Genova e docente nei corsi teorico pratici presso Molini Valente, ricopre la carica di vicepresidente dell'Associazione panificatori di Genova e Provincia e ama il pane e la focaccia, simbolo della sua città. Focaccia rigorosamente in teglia, stirata, coi buchi, oliata quanto basta, croccante sopra e morbidissima sotto, è la sua specialità.

Nelle sue produzioni ricerca l'eccellenza: «Nei miei prodotti metto tutto me stesso, un connubio di rigore e precisione con amore e passione. Da sempre lavoro le farine Molini Valente della Linea Classica Novelli per la preparazione delle tradizionali focacce liguri, genovese e tipo Recco anche in versione 100% italiana grazie alla Linea Piemolino. Al Sigep avrò anche modo di rivisitare le mie produzioni in chiave moderna con l'utilizzo delle farine Integrali Tsc e delle linee Vitala».

Appuntamento, quindi, a Sigep 2022: per restare aggiornati sul calendario delle demo e sulle altre novità di Molini Valente, vi invitiamo a consultare il sito **www.molinivalente.it**. cod 83269

Molini Valente
Regione Mulini 26 - 15023 Felizzano (Al) - Tel 0131 791680
www.molinivalente.it



CHS GROUP

NOVITÀ PER IL PACKAGING E LA PULIZIA PROFESSIONALE

SIGEP
12–16 MARZO 2022
FIERA DI RIMINI
PAD D5 | STAND 059

La presenza di Chs Group e Valuer alla 43ª edizione di Sigep permetterà ai clienti di toccare con mano l'innovazione e la sostenibilità: due facce della stessa medaglia quando si parla del fuori casa, un mercato che oggi più che mai è in continua evoluzione anche per il mondo del gelato e del dolce. Per questo la selezione di prodotti My Take Away evolve di pari passo all'evoluzione del mercato, ampliandosi con nuovi prodotti creati direttamente sulle esigenze tecniche dei clienti e di sostenibilità dell'ambiente.



Non solo. Con la linea Comatec l'azienda presenta la soluzione migliore anche per i ristoratori più esigenti che vogliono distinguersi per la qualità e la bellezza del proprio servizio delivery e take away.

Sigep sarà l'occasione per presentare packaging innovativi: i contenitori in cartoncino Kraft con grammatura elevata (325 g/mq) riescono a garantire un livello di rigidità performante, non riscontrabile in altre produzioni oggi presenti sul mercato. Termosaldabili, utilizzabili nel forno a microonde, antigrasso, idonee all'utilizzo di stoviglie in acciaio direttamente al loro interno e realizzate con materiali che presentano proprietà di isolamento dall'ossigeno. Si prestano a utilizzi non semplicemente legati all'asporto di gastronomia, ma possono rappresentare un primo passo nel mondo della produzione artigianale.

In aggiunta, grazie alla recente fusione tra Chs Group e Valuer, l'azienda presenterà anche una nuova linea per la pulizia professionale di ogni superficie in cucina. Tra le novità, due bobine per uso professionale in carta a secco e cellulosa a marchio Valuer, per un utilizzo a contatto diretto con l'alimento o per la pulizia di tutte le superfici.

cod 83569

Chs Group
via Marzabotto 16 - 26015 Soresina (Cr)
Tel 0374 340513
www.chsgroup.it



LA CUCINA È FINALMENTE UNITA

ECCO LA BRIGATA DEL BUON CIBO ITALIANO

di ***Alberto Lupini***

Finalmente una grande, fondamentale, svolta per il mondo della Cucina italiana. Ristoratori e cuochi saranno più forti e uniti, e potranno contare su una grande squadra per uscire dalla grave crisi generata dalla pandemia e puntare con più ottimismo al futuro: Fipe-Confcommercio (Federazione italiana dei pubblici esercizi), per le imprese, e Fic (Federazione italiana cuochi), per i professionisti, lavoreranno insieme dando vita a quella che possiamo definire la "brigata" del buon cibo italiano. Una novità destinata a cambiare radicalmente il volto e il "peso" del comparto e che da sempre è stata auspicata da chi, come Italia a Tavola, ha spinto per l'unità vera e il lavoro di squadra nell'interesse generale.

Dopo un periodo di crescente collaborazione in questi ultimi anni, a Roma è stato firmato un Protocollo per molti versi storico e che riapre un futuro più positivo per il mondo della ristorazione italiana. L'obiettivo si riassume in due parole: formazione e promozione. Ma quel che più conta è ciò che sta alla base, la scelta cioè di collaborare insieme, abbattendo steccati ormai logori e senza significato. Di fatto si uniscono le forze nel mondo della ristorazione per lavorare sul rafforzamento delle professionalità e delle competenze. Ma il vero salto di qualità di questa alleanza è anche la decisione di impegnarsi insieme sul fronte della promozione e della difesa della cultura enogastronomica italiana, dalla partecipazione a competizioni internazionali di rilievo del settore al contrasto del fenomeno dell'*Italian sounding*.

Da qui la scelta di inserire all'interno del protocollo un esplicito riferimento alla partecipazione a eventi quali il Bocuse d'Or o le Olimpiadi di Erfurt, appuntamenti per i quali Fipe-Confcommercio e Fic si impegnano a sostenere i team italiani, lavorando anche al reperimento di sponsor e sostenitori.

Altro punto fondamentale dell'accordo riguarda la formazione professionale per gli operatori, anche aprendosi ad ulteriori collaborazioni. Il dato di partenza di questa strategia è che l'Italia, pur potendo contare su una quantità e qualità senza eguali nella cultura alimentare, sia in cucina sia a livello di sala è ancora molto indietro rispetto ad altri Paesi concorrenti nella promozione dell'enogastronomia (pensiamo alla Francia) e vive una penalizzante scarsità nel rinnovamento delle professionalità, esplosa in questo

periodo storico. Una decisione che potrebbe favorire un'intesa con il Governo per rappresentare anche a livello internazionale la realtà dell'enogastronomia italiana, senza affidarsi solo ai pochi grandi dietro ai quali spesso ci sono solo interessi privati, ma non la rappresentanza dell'intero sistema nazionale.

> «Qualità e cultura sono parti costituenti della nostra identità enogastronomica: va cercato il modo di difenderle, promuoverle e rinnovarle il più possibile»
>
> *Lino Stoppani*

Fipe punta su qualità e cultura

«Qualità e Cultura» sono non a caso i primi valori che vuole rimarcare il presidente di Fipe, **Lino Stoppani**, a margine della firma del protocollo. «Sono i vantaggi competitivi del nostro Paese nella ristorazione. Qualità e cultura sono parti costituenti - precisa - della nostra identità enogastronomica: va cercato il modo di difenderle, promuoverle e rinnovarle il più possibile. Imprenditori e cuochi sono due anime fondamentali della ristorazione italiana, che a volte coincidono, ma interpretano comunque due aspetti diversi e complementari che vanno integrati per riuscire a valorizzare pienamente il patrimonio alimentare del Paese».

Per Fic è un modo vero di fare squadra e rete

Una strategia pienamente condivisa dalla Fic, il cui presidente **Rocco Pozzulo** si dice «onorato di firmare questo protocollo con Fipe. In questo momento è fondamentale fare rete per il bene del comparto. Così come è fondamentale, per costruire il futuro della ristorazione, puntare sulla massima qualità. Sia per quanto riguarda i prodotti agroalimentari, sia per quanto riguarda le professionalità. In questo quadro si inserisce la svolta epocale della nuova certificazione per i cuochi che fissa competenze e criteri per chi lavora in cucina. Una novità importante per valorizzare la nostra attività».

Un vero polo a vantaggio di tutta l'Horeca

Un riferimento non casuale quello di Pozzulo a fare rete, visto che questo era l'obiettivo che non era stato possibile raggiungere durante il primo periodo della pandemia, quando quasi tutte le associazioni, dai più grandi ai più piccoli, avevano cercato di collaborare dandosi il nome di "Fare rete". Un'iniziativa però poi naufragata per i tentativi maldestri di qualche piccolo gruppo di imporre a chi detiene realmente la rappresentatività di un comparto, le indicazioni a vantaggio solo di pochi o dei più "famosi". Chiedere aiuti insieme poteva essere facile, fare scelte a favore dei più, un po' meno...

Soprattutto, è questo un dato di non poco conto, se si tiene conto che in quel raggruppamento temporaneo ("Fare rete") non c'erano proprio la Fipe e la Confsercenti (altra associazione assente), le uniche che in qualche modo potevano rappresentare sul serio il mondo delle imprese. Se poi aggiungiamo che dai primi protocolli di sicurezza ai vari interventi di sostegno l'unico interlocutore di Governo e Regioni durante il periodo più critico della pandemia è sempre stata, di fatto, solo la Fipe insieme a Confesercenti (e sulle questioni professionali prevalentemente la Fic), si può meglio capire il valore che sta dietro una rappresentanza vera. I numeri si contano, non si pesano... Come dire che essere citati sui giornali o dalla Michelin non significa di per sé rappresentare le necessità e i bisogni delle decine di migliaia di aziende o di professionisti che hanno interessi non sempre coincidenti con quelli di pochi fortunati star-chef.

Rappresentare sul serio il mondo della ristorazione

La realtà che nasce con questo protocollo di Fipe e Fic dà invece vita ad un polo che oltre che sui numeri (oltre 100mila imprese associate in Fipe e 20mila cuochi iscritti alla Fic) e sulle strutture organizzate, poggia su strutture sindacali radicate su tutto i territorio nazionale e su un supporto di esperti, tecnici e funzionari che possono aiutare imprese e professionisti.

Qui non ci sono mosche cocchiere o interessi di pochi, ma un'attenzione vera alle necessità del mondo dell'Horeca. Qui nasce una vera rete, che ci piace magari di più definire una "brigata" che può dialogare con le istituzioni da posizioni di maggiore forza e che può coinvolgere tante altre realtà. Pensiamo solo al fatto che Fic ha intese solide e crescenti con Conpait (pasticceri), mentre a Fipe aderiscono già associazioni del calibro de Le Soste ed Euro-Toques. Fic e Fipe aderiscono poi a Solidus (a sua volta associazione di secondo livello che raggruppa molte categorie, compresi maitre, manager d'hotel e sommelier). Insomma, per il mondo dell'Horeca è cominciato davvero il tempo di fare unità e squadra e a Fipe e Fic va riconosciuto il merito di avere fatto un passo fondamentale che lascerà il segno.

> «In questo momento è fondamentale fare rete per il bene del comparto. Così come è fondamentale, per costruire il futuro della ristorazione, puntare sulla massima qualità»
>
> *Rocco Pozzulo*

cod 83593

DANIELE REBOSIO

MASSIMA CURA NELLA SCELTA DELLE MATERIE PRIME



Il ristorante Hostaria Ducale è un'isola accogliente nel capoluogo ligure, a pochi metri da Piazza De Ferrari e Palazzo Ducale. Un luogo dove si può vivere un'esperienza gourmet divertente e contemporanea, firmata dal giovane chef **Daniele Rebosio**. Il menu rappresenta un viaggio tra la Liguria e il mondo, senza definizioni, senza limiti spaziali e temporali, ma con un solo, unico fil rouge: la massima ricerca del gusto in fatto di materie prime da raccontare, accostamenti, tecniche di cucina. I piatti sono studiati per lasciare un ricordo indimenticabile, in un equilibrio di gusti e profumi unico, che accende la voglia di tornare per intraprendere nuovi viaggi.

«Quello che si trova nei miei piatti - racconta Daniele Rebosio - è un insieme di tutte le tecniche e preparazioni che ho visto nel mio percorso, con un'influenza francese più consistente. Sicuramente stagionale, rispettosa di ogni singolo ingrediente. Una cucina di sostanza, che ancora impiega padellino e cucchiaio».

Nonostante la sua giovane età, lo chef genovese oggi alla guida di Hostaria annovera esperienze di rilievo accanto a grandi maestri contemporanei come Alain Ducasse a Parigi, Ferran Adrià a Barcellona e Davide Oldani a Venezia. Da queste fortunate e stimolanti esperienze ha tratto insegnamenti, tecniche e concetti che applica nei suoi piatti. La sua idea di cucina è fine ed elegante, con sfumature di innovazione e influenza internazionale, senza tralasciare mai la tradizione perché resta stagionale e di sostanza. Vuole sorprendere attraverso preparazioni con pochi ingredienti, scelti con cura e dal carattere deciso, in cui la materia prima è sempre rispettata e protagonista del piatto. Dolce, croccante, sapido, acido: tutti gli elementi devono giocare un

ruolo preciso, così da raggiungere un solo obiettivo: l'equilibrio.

La filiera di produzione è essenziale per ottenere ingredienti d'eccellenza e per far arrivare nei piatti il gusto deciso e sincero di ogni prodotto utilizzato. All'Hostaria Ducale viene dedicato molto tempo alla ricerca dell'ingrediente, che viene posto sempre al centro del lavoro. Si rispetta sempre il ciclo naturale delle stagioni, con una sensibilità particolare per il tema della sostenibilità dei prodotti utilizzati. I prodotti animali provengono solo da allevamenti in cui il bestiame è libero di pascolare all'aperto. Viene posta una grande attenzione anche alla provenienza dei prodotti, cercando di selezionare il più possibile quelli del territorio ligure.

Tra i piatti più rappresentativi della cucina di Daniele Rebosio c'è "Rombo, cipolla, mandorla e liquirizia", che prevede una preparazione lunga con diverse lavorazioni. Tra gli ingredienti che ne esaltano il gusto, la Panna Culinaire Original Debic, che assicura alta qualità e prestazioni costanti in termini di gusto e di consistenza. ▶ cod 83408

Per informazioni:

www.debic.com

www.hostariaducale.it





Rombo, cipolla, mandorla e liquirizia

Ingredienti

Rombo fresco pezzatura 2-3 kg

Per la purea di cipolla: cipolla rossa genovese, burro, olio, sale, zucchero, pepe, timo, maggiorana

Per la mandorla cruda: mandorla fresca senza buccia tostata, latte di mandorla

Per l'aria di mandorla: latte di mandorla, lecitina di soia

Per l'infuso alla liquirizia: Panna Culinaire Original Debic, liquirizia in polvere, scalogno, burro, sale, pepe

Per la prescinseua nera: Prescinseua Valdaveto, nero di seppia, sale, pepe

Preparazione

Per il rombo: pulire il rombo, tenere in linea i filetti. Tagliare a porzione e sottovuotare.

Per la purea di cipolla: sbucciare la cipolla, tagliarla fine e far stufare con un po' di burro e olio per circa 3 ore, aggiungere zucchero quasi a fine cottura, sale e pepe. Quando cotta frullare al mixer e conservare.

Per la mandorla cruda: tagliare in due le mandorle fresche, lasciare in ammollo nel latte di mandorla per 24 ore. Conservare in frigo.

Per l'aria di mandorla: scaldare il latte di mandorla a 60°C circa, aggiungere lecitina di soia e montare con il bamix.

Per l'infuso alla liquirizia: stufare lo scalogno a fuoco lento con un po' di burro, tostare la liquirizia e aggiungere la Panna Culinaire Original Debic. Far andare a fuoco lento per circa 20 minuti, dopo di che lasciare in infusione la liquirizia per circa 1 ora fuori fuoco. Filtrare il composto a maglia fine e sottovuotare.

Per la prescinseua nera: portare a consistenza cremosa la prescinseua aggiungendo eventualmente un po' di Panna Culinaire Original Debic. Aggiungere nero di seppia, aggiustare di sapore e conservare.

Dressage: cuocere il rombo a bassa temperatura a 70°C per 10 minuti circa a seconda della dimensione. Posizionare sul piatto la crema di cipolla, aggiungere le mandorle crude sgocciolate, il rombo precedentemente glassato con l'infuso alla liquirizia. Infine la prescinseua nera e terminare con l'aria di mandorla.



SOTTO LA TOQUE: APPASSIONATO, GENEROSO, ESSENZIALE

FABIO BRIGANDÌ



di ***Carla Latini***

Fabio Brigandì, classe 1971, è di Messina. Da siciliano è cresciuto nel concetto di contaminazione, in un territorio da secoli - e ancora oggi - incline alla cultura dell'incontro: arabi, greci, spagnoli e francesi hanno dominato l'isola, introducendo inevitabilmente, e con grande fortuna, la loro cucina. Arrivato nel 1992 nella città malatestiana di Rimini per lavoro di tutt'altro genere, Fabio si inserisce nel settore enogastronomico passando dal mondo dei cocktail alla gestione della sala e alla direzione di vari ristoranti, trovando infine la sua giusta collocazione come cuoco. Dopo essersi formato nella brigata di vari ristoranti anche stellati, si misura con la sua passione per la cucina che ha precedentemente nutrito da autodidatta. Ispirandosi a guru italiani e internazionali, Fabio via via trova e propone il suo stile personale fatto di cultura culinaria e ricerca ardita.

Sperimentazione e contaminazione sono gli ingredienti della ricetta professionale di Fabio Brigandì. Il risultato è un mix inedito di sapori mediterranei, in omaggio alla sua terra d'origine, e tradizioni romagnole. Passeggiando in centro a Rimini, scopre una corte nascosta (Palazzo Carli, del 1750) con piante di gelsomino e gerani che lo riportano in Sicilia. Da quel giorno pensa che il suo ristorante deve essere proprio lì e crea un luogo dove gli ospiti si possano sentire come a casa di amici: così nasce CasaBrigandì. cod 82675



- ***Da bambino cosa sognavi di diventare?***
Un pescatore , ammaliato dall'antico rituale della pesca del pesce spada nello Stretto di Messina
- ***Il primo sapore che ti ricordi.***
Il latte
- ***Qual è il senso più importante?***
L'olfatto
- ***Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.***
Una torta per un ospite
- ***Come hai speso il primo stipendio?***
Un viaggio
- ***I tre piatti da provare almeno una volta nella vita.***
Casu martzu, caponata, anemoni fritti
- ***Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?***
Frutta
- ***Qual è il tuo cibo consolatorio?***
Spaghetti al pomodoro
- ***Che rapporto hai con le tecnologie?***
Ottimo, sono indispensabili, mi piace sapere che ci sono e le utilizzo
- ***All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?***
Cannoli siciliani
- ***Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?***
Sempre e solo mia moglie
- ***Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?***
"Trittico Blu" di Joan Miró
- ***Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?***
"So What" (live in Tokyo) di Miles Davis



LA PASSIONE PER LA PIZZA



PIZZA STORIES
È RICETTE
E ISPIRAZIONI

Sai come ottenere una base pizza soffice utilizzando la cottura a vapore?



INQUADRA IL QR CODE
E SCOPRI DI PIÙ

PIZZA
Stories

@le5stagioni /le5stagioniofficial

The Whynery Journal insieme a Italia a Tavola va alla ricerca delle Maestrie italiane del food & beverage, interagendo con trasformatori, produttori o tecnici del settore, accostandoli e miscelandoli con arte, architettura, cinematografia, teatro, fotografia, pittura e molto altro.

Remy Vollmann

I MAESTRI RACCONTANO...

REMY VOLLMANN PORTA IL PREMIO FOLLIA CREATIVA IN ALTO ADIGE



di ***Fabio Di Pietro***

Il Team 5-Hats, società di marketing strategico e operativo nel turismo e nel food&beverage e specializzata nella valorizzazione territoriale, ha assegnato per il quinto anno consecutivo il suo Premio Follia Creativa: ad aggiudicarsi il riconoscimento per il 2021 è stato **Remy Vollmann**, mixologist dell'Hotel Mareo Dolomites a San Vigilio di Marebbe (Bz). Il premio viene annualmente assegnato a produttori, professionisti, ristoratori e albergatori che si distinguono nel settore Horeca per proposta, innovazione o sentimento imprenditoriale. «Sono estremamente contento di questo riconoscimento, che chiude un anno ricco di soddisfazioni personali», ha dichiarato Vollmann. Il bartender altoatesino si è messo in

luce a livello nazionale per essersi aggiudicato anche il primo WH Globe Platinum a Merano ed è stato durante l'anno uno dei più aggiornati e fantasiosi bartender italiani che hanno creato nuove tecniche di lavorazione delle materie prime che fondono sempre di più scienza, cucina e mixology. Sua l'idea di studiare la rifermentazione non solo di materie prime, ma anche di ricette composte per la creazione di nuovi sciroppi o basi per la creazione di preparazioni "iper sensoriali" (memorabile il suo fermento lattico home made di strüdel).

«Vollmann - ha commentato **Andrea Pilotti**, amministratore delegato di 5-Hats - ha saputo rappresentare al meglio lo spirito di ricerca e creatività nella costruzione delle sue opere d'arte, interpretando in modo folle anche l'abbinamento di prodotti e le tecniche di esecuzione, soprattutto andando ad approfondire nel bartending un concetto che sono sicuro prenderà piede come quello dei fermentati, anche per le case di produzione e le distillerie».

Un'opera d'arte realizzata in maniera sostenibile

Come consuetudine di 5-Hats, il premio è realizzato da un artista che realizza l'opera per creare idealmente un ponte culturale fra il mondo dell'arte e quello del food&beverage italiano: **Sahra Azzolini** (artista poliedrica di fama internazionale) ha creato, con tecniche di recupero derivanti dallo scarto delle materie prime dopo la lavorazione per la realizzazione di ricette, la pergamena per il Premio 2021 «con l'intento di ricreare Arte con l'Arte, in modo ciclico», come lei stessa ha spiegato. Azzolini ha voluto rappresentare la Follia Creativa in un dragone che preserva l'arte della miscelazione ispirata all'alchimia.



Il primo under 35 a ricevere il Premio Follia Creativa

Per noi di 5 Hats, che leghiamo profondamente questo premio alla ricerca delle Maestrie italiane, è una grande soddisfazione scovare giovani talenti come Remy, che è il primo under 35 fra i premiati. Il futuro dell'ospitalità è trainato da questi professionisti e dal loro amore per un mestiere che permette di creare esperienze e non solo prodotti. Se siamo in un trend di ritorno alle origini è ancora troppo presto per dirlo: di sicuro il percorso che il mercato sta intraprendendo è rivolto ad una nuova consapevolezza allontanandosi dal basico consumismo.

Remy ha raccolto l'eredità di un altro grande professionista premiato nel 2020 come il campano Errico Porzio e ha riportato il Premio Follia Creativa nel nord Italia (nel 2019 era a Matera con l'assegnazione ad Antonella Passione). Vollmann si aggiunge quindi ad un albo d'oro di professionisti che di anno in anno vanno a costituire un vero e proprio movimento di rinascita e trasformazione del settore ristorativo-turistico italiano. cod 83064



Sahra Azzolini con il premio



Sin da piccola sognava di fare la bartender grazie al padre che le ha trasmesso la passione e ci è riuscita. Ora che la sua carriera è decollata consiglia alle nuove generazioni come fare questo mestiere

NON SOLO COCKTAIL

FIGLIA D'ARTE E GAVETTA, PER DEBORAH SANTORO CONTA LO STUDIO

Deborah Santoro è figlia d'arte. Suo padre, Antonino Santoro, è attualmente coordinatore assieme a Laura Bello, della Sezione Sicilia di Abi Professional. Tuttavia per arrivare non ha scelto le scale mobili ma si è costruita passo per passo la sua carriera, anche lontano dalle protezioni paterne. Cominciamo quindi da quando appena dodicenne suo padre le presenta Umberto Caselli. Si trovavano a Sorrento per un importante evento di Bartender. Sognava un giorno di farlo anche lei e nel frattempo assaggiava quell'emozione, tensione e adrenalina che impregnava le sale. Notava anche quel modo fraterno e gentile che tutti avevano nei confronti degli altri e questo la convinceva ancor più che così doveva essere il suo futuro. Finite le scuole medie studia all'Istituto alberghiero Antonello di Messina.

Subito si fa catapultare nel mondo del lavoro dapprima qualche stagione sull'isola di Salina al Papero e all'Hotel L'Ariana, uno splendente hotel affacciato allo splendido mare delle Eolie. Con le luci e atmosfere da fiaba Deborah impara a corteggiare il lavoro partendo da quello che è il suo must, il cliente. Torna in terra ferma e va al Prestige sulla Tommaso Cannizzaro vicino al porto di Messina e poi sempre a Messina al cocktail bar il Cavallino. Il Covid purtroppo le ha fatto saltare la stagione in Inghilterra e così questa estate Deborah ha deciso di cambiare per approdare in Sardegna: ha lavorato al Resort Valle dell'Erica a Santa Teresa di Gallura, affiancando Irene Deiara ed Ernesto Molteni.

Deborah da sempre ha lavorato in locali dove poter apprendere da figure professionali importanti, a partire da suo padre; ama gareggiare e lo dimostra il palmares di prestigio che può sfoggiare. Chiediamo a Deborah cosa pensa delle associazioni in generale e che consiglio si sente di dare ai giovani che come lei iniziano ad affrontare questo mestiere. «Intanto - dice - i giovani, devono sapere che questo mestiere è splendido ti permette di girare il mondo e di conoscere un'infinità di persone interessanti. Le associazioni sono come delle grandi famiglie che ti accompagnano in questa crescita. I giovani devono sapere che si inizia dal portare un semplice vassoio e poi si sale fino a preparare cocktail e diventare bravi padroni di casa. Questo va fatto con lo studio serio e la voglia di migliorare. Molta importanza deve essere data al confronto tra colleghi e per questo le gare sono importanti. Oggi grazie ad internet molti giovani si riempiono di nozioni, ma il sapere non deve essere solo per poterlo mostrare in modo saccente al cliente ma deve essere un sottofondo al nostro lavoro». cod 83029

KIMBO FLEXICUP SISTEMA IN CAPSULE,
IL CAFFÈ ALL'ALTEZZA DEL TUO RISTORANTE.

KIMBO





RISPARMIO ENERGETICO



SERBATOIO 4 LITRI CON POSSIBILITÀ DI ESTENSIONE



ESTRAZIONE PERFETTA OTTIMA QUALITÀ



IN ACCIAIO INOSSIDABILE



SEMPLICITÀ NELL'UTILIZZO



POSSIBILITÀ DI DIVERSI UTILIZZI SIMULTANEI





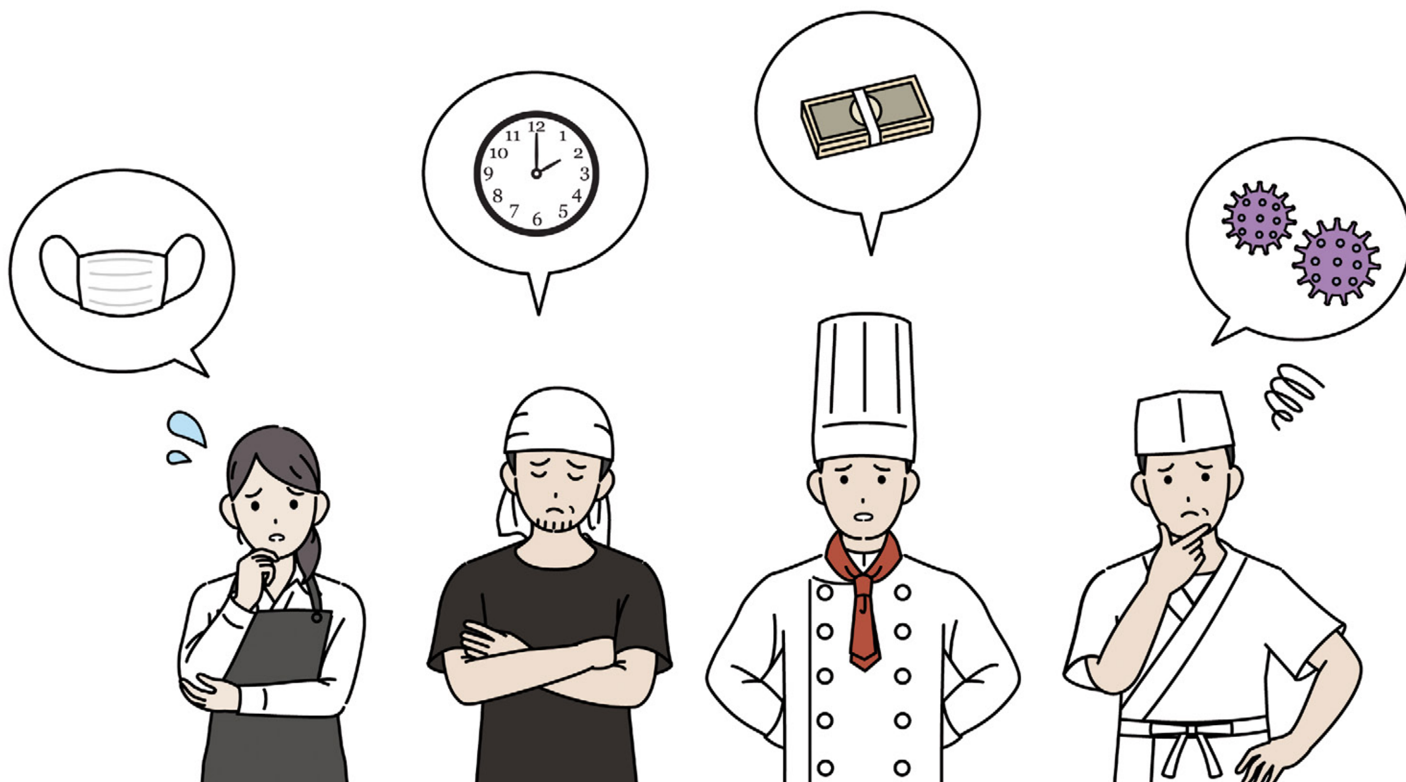
Kimbo Flexicup, la nuova proposta di Kimbo per un espresso perfetto anche senza personale specializzato grazie ad una macchina 100% made in Italy. Espresso disponibile in 3 diverse miscele in capsula: **Prestige**, dal gusto dolce; **Limited Edition**, il gusto dell'espresso napoletano; **Decaffeinato**, dal gusto intenso senza caffeina. Con Kimbo Flexicup i clienti ameranno il tuo ristorante anche per il tuo caffè.

Contattaci al numero **081/7011200** o scrivi una mail a **horeca@kimbo.it**

www.kimbo.it



KIMBO®
il Caffè di Napoli



ESTATE 2021: CONTRATTI BREVI E TROPPA INCERTEZZA
ECCO PERCHÉ MANCAVANO I LAVORATORI STAGIONALI

Il sondaggio di LavoroTurismo conferma le difficoltà nel trovare addetti e l'aumento delle ore di lavoro procapite. Ma per molte imprese c'è stato un recupero del fatturato. La colpa non era del reddito di cittadinanza



di ***Martino Lorenzini***

Svelato uno dei "misteri" che aveva contraddistinto l'ultima estate del turismo stagionale, quando molti imprenditori avevano lamentato grosse difficoltà nel trovare personale. La maggior parte pensava che fosse per l'introduzione del reddito di cittadinanza, che aveva di fatto scoraggiato i lavoratori a cercare un impiego, o per il fatto che non avessero più voglia di impegnarsi. Una lamentela che era giunta anche in Parlamento, tanto che in quel momento si era anche pensato di togliere l'ammortizzatore sociale. In realtà dal sondaggio online di LavoroTurismo, realizzato in collaborazione con Italia a Tavola, la realtà è ben diversa. Questo autunno 1.650 lavoratori e 332 imprenditori hanno partecipato al questionario da cui è emerso che solo il 3% dei lavoratori ha rifiutato l'impiego perché aveva il reddito di cittadinanza. Tutti lo hanno invece cercato, invano, prima dell'inizio della stagione. Allora c'era troppa incertezza e si pro-

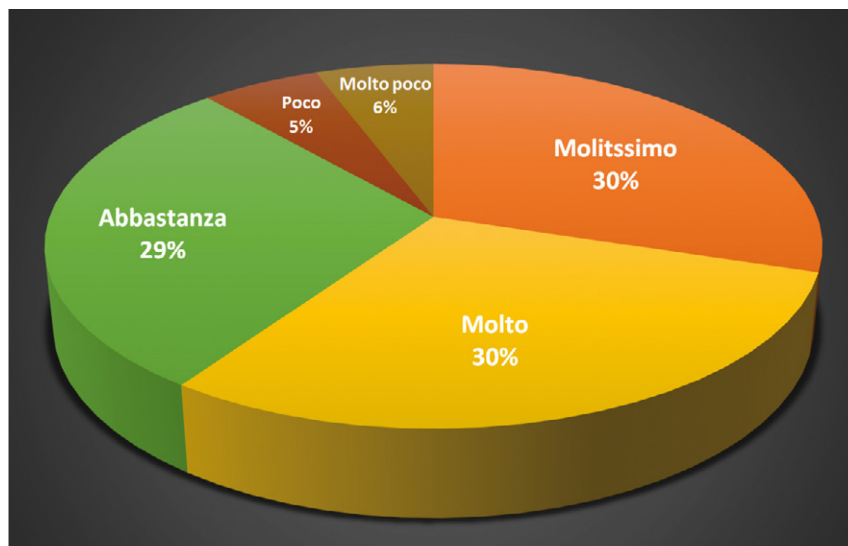
spettava di lavorare soltanto per mezza stagione. Questo ha scoraggiato molti lavoratori a trasferirsi nelle località turistiche. Non solo; dal sondaggio è emerso che il 55% degli intervistati ha poi lavorato più del dovuto, dalle 9 alle 12 ore, e non ha nemmeno avuto adeguati turni di riposo. Gli imprenditori, invece, hanno avuto un'ottima stagione, il 77% ha migliorato il fatturato, anche se era prevedibile che avvenisse, visto che nel 2020 c'era stato un calo del 30%.

Il lavoro cercato e mai trovato

Dal sondaggio di LavoroTurismo è emerso che il 75% degli intervistati ha cercato il lavoro, ma non lo ha trovato. Non si sono utilizzati tutti i canali disponibili, in particolare quelli online, oppure sono stati proposti impieghi per tempi brevi (2-3 mesi), quindi di poco interesse per chi si doveva trasferire. Infine, solo una parte ridotta godeva di politiche di sostegno economico, solo il 3% infatti aveva il reddito di cittadinanza, mentre il 28% poteva godere dell'indennità mensile di disoccupazione.

A sentire gli imprenditori, la percezione è che l'incertezza iniziale legata all'avvio della stagione abbia influito sulle ridotte assunzioni nella prima parte dell'estate, ma poi le aziende hanno assunto e anche più del solito (43%). In realtà, dal sondaggio emerge che avrebbero assunto molto di più se avessero trovato il personale. Quasi il 70% delle aziende informa che ha avuto molta difficoltà nella ricerca. Secondo le aziende, tra le cause di questa carenza, ci sono due grandi tematiche: le ben poco apprezzate azioni di sostegno al reddito, l'ampiamente discusso reddito di cittadinanza, rinforzato dall'indennità di disoccupazione, e la mancanza di voglia e passione per il lavoro oltre alla formazione non adeguata. Ipotesi smentite dai lavoratori.

Quanto sei soddisfatto della stagione 2021?



Lunghe giornate lavorative

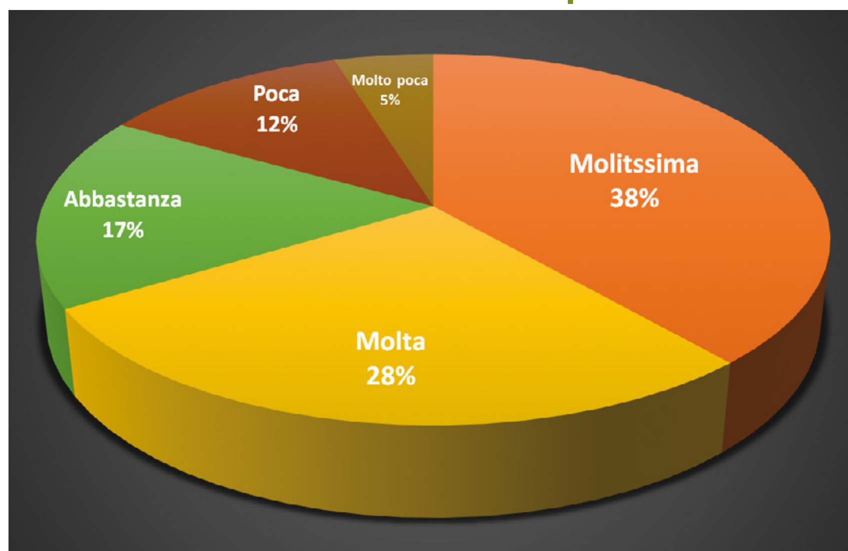
Un aspetto che sicuramente deve far riflettere gli imprenditori è stato quello legato alla durata della giornata lavorativa. Escludendo gli impiegati part time, oltre il 55% ha lavorato ogni giorno troppe ore: da 9 a più di 12. Inoltre, in merito al giorno libero settimanale di riposo, quasi 1 lavoratore su 5 non l'ha mai avuto durante tutto il periodo di impiego, 1 su 3 se includiamo gli occasionali.

Da segnalare anche il dato sullo stipendio. Dal sondaggio si scopre che quasi il 32% dei partecipanti ha guadagnato meno della scorsa stagione.

Le risposte delle aziende

Al sondaggio riservato agli imprenditori hanno partecipato 332 aziende. L'estate, partita in ritardo e con inevitabili incertezze, è stata, per le località turistiche, una grande stagione. Alla domanda: «Quanto sei soddisfatto della stagione?», le risposte positive superano l'85%; di queste, il 12% addirittura moltissimo. A questo si aggiunge il fatto che il 77% informa che il fatturato è aumentato e di questi per quasi il 22% è molto superiore alla stagione precedente. D'altronde il risultato era prevedibile a fronte del calo del 30% registrato nel 2020. cod 83422

Hai avuto difficoltà nella ricerca di personale?



ETICHETTATURA AMBIENTALE L'OBBLIGO SLITTA DI 6 MESI



di ***Massimo Artorige Giubilesi***
Founder & ceo Giubilesi & Associati
Chairman FCSI Italian Unit

È slittato con ulteriori 6 mesi di proroga l'obbligo di etichettatura ambientale di cui all'art. 219, comma 5, del D.Lgs n. 152/2006 c.d. "Testo Unico Ambiente", secondo cui tutti gli imballaggi immessi al consumo nel mercato interno devono essere adeguatamente etichettati al fine di agevolare le operazioni di raccolta, riutilizzo, recupero, riciclaggio e consentire agli utenti finali e ai consumatori una corretta informazione sullo smaltimento degli stessi.

Il provvedimento secondo il D.lgs. 116/20 - art.3.3 che ha modificato l'art.219 del D.Lgs n. 152/2006 introducendo in Italia una serie di requisiti supplementari, non previsti nelle direttive europee, che di fatto obbligano i produttori italiani di informare gli utenti finali degli imballaggi, inclusi i consumatori, per quanto riguarda i sistemi di restituzione, di raccolta e di recupero, il significato dei marchi apposti sugli imballaggi e il ruolo degli utilizzatori nel processo di riutilizzazione. Inoltre, per quanto riguarda i prodotti destinati al mercato interno italiano gli operatori devono includere nelle etichette:

- la dicitura "**raccolta differenziata**", seguita da citazione della/e famiglia/e di appartenenza dei materiali di imballaggio (es. vetro, alluminio) e invito a verificare le norme applicate nel Comune ove essi vengano conferiti (d.lgs. 116/20, articolo 3.3.c, primo periodo). Notizie da applicare sui soli imballaggi destinati al consumatore finale (Business to Consumer, B2C);
- "**il codice alfanumerico**" che identifica ciascuno dei materiali utilizzati in tutti gli imballaggi (primari, secondari e terziari), ai sensi della decisione 129/97/CE da applicare a tutti gli imballi, a prescindere dal destino B2C e/o B2B (Business to Business - vedi D.lgs. 116/20, articolo 3.3.c, secondo periodo).

Queste informazioni dovrebbero riguardare gli imballaggi offerti al consumatore finale in vendita o anche a titolo gratuito.

Esclusi gli imballaggi per il B2B

Rimangono esclusi gli imballaggi destinati al canale B2B (imballaggi che, tal quali o sotto forma di prodotti preconfe-

zionati, sono ceduti al "professionista", vale a dire "persona fisica o giuridica che agisce nell'esercizio della propria attività imprenditoriale, commerciale, artigianale o professionale, ovvero un suo intermediario" (art. 3 comma 1 del Codice del Consumo).

Gli imballaggi destinati al B2B, ad esempio gli imballaggi destinati ai professionisti, o gli imballaggi da trasporto o legati alle attività logistiche o di esposizione, possono non presentare le informazioni relative alla destinazione finale degli imballaggi, ma devono obbligatoriamente riportare la codifica dei materiali di composizione in conformità alla Decisione 129/97/CE.

Secondo il "Testo Unico Ambiente", tutti gli imballaggi immessi al consumo nel mercato interno devono essere adeguatamente etichettati al fine di agevolare le operazioni di raccolta, riutilizzo, recupero, riciclaggio

Altre eccezioni

Le informazioni obbligatorie devono essere riportate su ogni imballaggio, o singola parte di imballaggio separabile manualmente e riguarda tanto gli imballaggi primari quanto quelli secondari. Tuttavia, nel caso in cui vi fossero limiti tecnologici all'apposizione fisica dell'etichettatura (es: imballaggi di piccole dimensioni - capacità <125 ml o superficie maggiore <25 cm2) oppure imballi definiti come "preincarti" (es: destinati ad essere preparati/tagliati nel punto vendita come la pellicola trasparente, il film di alluminio, la vaschetta termosigillata), è da intendersi adempiuto l'obbligo di comunicazione dell'etichettatura ambientale se tali informazioni sono rese disponibili ai consumatori nel punto vendita (accanto alle informazioni sugli allergeni o con apposite schede informative o attraverso il sito web.

Qualora si voglia comunicare informazioni aggiuntive di carattere volontario relative alle qualità ambientali dell'imballaggio (diciture, simboli/ pittogrammi o altri messaggi analoghi, claim ambientali), si deve fare riferimento alla norma UNI EN 14021. Restano sempre validi i requisiti di idoneità dei materiali (MOCA) al contatto diretto alimentare, con la dichiarazione di conformità, il lotto di rintracciabilità e le schede tecniche per il corretto utilizzo. Il decreto 116/20, art. 178-bis semplifica le procedure e istituisce un Registro nazionale dei produttori, estendendo però la responsabilità degli stessi produttori considerando "qualsiasi persona fisica o giuridica che professionalmente sviluppi, fabbrichi, trasformi, tratti, venda o importi prodotti" soggetta agli obblighi previsti.

Proroga anche sui prodotti già sul mercato

Il DL 31.12.21 n. 228 - Disposizioni urgenti in materia di termini legislativi - ha previsto un'ulteriore proroga, al 30.6.22, per l'etichettatura imballaggi introdotta dal d.lgs. 116/20. I prodotti privi dei requisiti prescritti e già immessi in commercio o etichettati prima dell'1.7.22 potranno venire commercializzati fino a esaurimento delle scorte (articolo 11).

A partire da tale data e salvo ulteriori proroghe o rinvii su tutti gli imballaggi (primari, secondari e terziari) i produttori devono indicare la codifica alfa-numerica prevista dalla Decisione 97/129/CE:

- tutti gli imballaggi devono essere etichettati nella forma e nei modi che l'azienda ritiene più idonei e efficaci per il raggiungimento dell'obiettivo;
- sugli imballaggi destinati al consumatore devono essere presenti anche le diciture opportune per supportarlo nella raccolta differenziata;
- per gli imballaggi in plastica realizzati con polimeri o loro combinazione, non previsti espressamente nella Decisione 97/129/CE, si può far riferimento alle norme UNI 1043-1 per l'identificazione di materie plastiche non contemplate, e alla UNI 10667-1 per identificare e riconoscere i polimeri provenienti da riciclo.

Etichetta, ma non solo

È opportuno evidenziare che nel caso in cui non sia possibile l'apposizione fisica delle informazioni sull'imballaggio, l'obbligo può essere assolto mediante schede informative cartacee rese disponibili ai consumatori nel punto vendita o con modalità digitali sul proprio sito web. L'adempimento dell'obbligo di etichettatura con modalità digitali costituisce un'opzione consigliata per tutte le tipologie di imballaggio e il CONAI ha chiarito che accanto al QR code oppure al sito web dell'azienda deve essere indicata la dicitura "inquadrando il seguente QR code potrai conoscere le informazioni relative a ogni componente dell'imballaggio separabile manualmente e le indicazioni per il loro smaltimento".

In caso di violazione sono previste sanzioni amministrative da 5mila a 40mila euro e successivamente da 5.200 a 25.000 euro, ritenendo plausibile che sia riconosciuto un regime di responsabilità condivisa tra tutti gli operatori che concorrono all'immissione in commercio di un materiale non conforme.

cod 82908

Per informazioni:
www.giubilesiassociati.com

MENSE AZIENDALI «I RISTORI SONO IMPORTANTI, MA NON BASTANO»



di ***Luca Bassi***

«Inutile girarci attorno, la situazione è molto preoccupante». Non usa mezzi termini il portavoce di OriCon (Osservatorio ristorazione collettiva e nutrizione), quando parla della situazione che da mesi sta vivendo il mondo della ristorazione collettiva. La pandemia ha messo in ginocchio diversi settori, ma quello che comprende le mense aziendali sembra essere quello che fatica più di tutti a vedere la luce in fondo al tunnel. Ammesso che vi sia davvero una luce...

«Se di tunnel possiamo parlare - spiega **Carlo Scarsciotti** - dobbiamo necessariamente dire che è un tunnel molto lungo. La nostra speranza è che la luce ci sia davvero alla fine, ma in questo momento è tanto difficile trovare un po' di ottimismo. Personalmente sono molto preoccupato: ogni giorno, ormai, ricevo chiamate dai toni drammatici di aziende del settore che non vogliono perdere i propri dipendenti, ma che sono in una situazione di totale sofferenza. Così non possiamo proprio continuare».

I 100 milioni del Mise non bastano

Eppure i 100 milioni di euro di contributi a fondo perduto annunciati alla fine di dicembre dal ministro dello Sviluppo economico Giancarlo Giorgetti sembravano poter essere una boccata d'ossigeno per le tante realtà in difficoltà. Non ne è così sicuro il portavoce di OriCon: «Quella è una cifra che servirà a tamponare le perdite dei 24 mesi passati - commenta - ma non possiamo pensare di guardare al futuro con quei soldi. Negli ultimi due anni ci siamo mossi per avere dei ristori, oltre alla cassa Covid, che tenessero in considerazione tutti i danni che la pandemia ha portato alle nostre aziende. Questi 100 milioni servono, ma non bastano».

Sostegni a chi ha perso almeno il 15% del fatturato

Il decreto "Sostegni bis" del Mise dice che «potranno richiedere il contributo le imprese che nell'anno 2020 hanno subito una riduzione del fatturato non inferiore al 15% rispetto al fatturato del 2019 e che svolgono servizi di ristorazione definiti da un contratto con un committente, pubblico o privato, per la ristorazione non occasionale di una comunità delimitata e definita, quale - a titolo esemplificativo - ristorazione per scuole, uffici, università, caserme, strutture ospedaliere, assistenziali, socio-sanitarie e detentive. Le risorse saranno ripartite in uguale misura tra tutte le imprese richiedenti e ammissibili fino al raggiungimento di un importo del contributo di 10mila euro».

Le previsioni restano negative

Per l'Osservatorio ristorazione collettiva e nutrizione tutto questo non può bastare: «Le previsioni - sottolinea Scarsciotti - restano negative. I soldi insufficienti stanziati in quel decreto, la cassa Covid non confermata, la Dad nelle scuole e lo smartworking in tanti uffici sono tutte situazioni che non possono farci pensare che la ripresa del nostro settore sia dietro l'angolo. Così è difficile vedere la fine del tunnel».

A preoccupare più di ogni altra cosa Scarsciotti c'è la possibilità (sempre più concreta) che molte aziende decidano di adottare in maniera permanente lo smartworking anche a pandemia finita: «La ristorazione aziendale è quella che preoccupa di più - spiega - perché l'assenza di personale negli uffici ha fatto perdere al settore il 40% del fatturato nel 2020, mentre nel 2021 abbiamo visto una piccola ripresa nel secondo semestre che ha abbassato la perdita al 15%. Speravamo in un 2022 in crescita ma così non sarà, si parla del 25% di fatturato in meno. Se per tanti altri settori il peggio sembra essere passato, per le aziende della ristorazione collettiva la sofferenza non è affatto finita».



> «Personalmente sono molto preoccupato: ogni giorno, ormai, ricevo chiamate dai toni drammatici di aziende del settore che non vogliono perdere i propri dipendenti, ma che sono in una situazione di totale sofferenza. Così non possiamo proprio continuare».»
>
> *Carlo Scarsciotti*

Almeno 8mila dipendenti a rischio

«Lo smartworking - sottolinea il portavoce OriCon - è un problema di sistema, porta sofferenza a diversi settori e non solo al nostro: ristoranti che non hanno più clienti a pranzo, alberghi con la metà degli ospiti, trasporti con meno corse. Ci aspettiamo che il governo gestisca per bene questa situazione delicata, che riguarda almeno 8mila dipendenti del settore ancora fermi, a casa, in cassa integrazione. Lo smartworking ce lo siamo trovati in un momento di estrema necessità, il rischio è che diventi normalità. Ma è un problema sociologico che deve essere gestito. Al governo chiediamo che intervenga ora, perché questa situazione sta cambiando la società senza che ci sia una regia».

I rincari rendono la situazione ancora peggiore

A tutto questo va poi aggiunto un altro problema, quello dei rincari di energia e materia prima: «Rincari che noi, a differenza di bar e ristoranti, non possiamo "dividere" con i clienti aumentando i prezzi, perché rappresentiamo dei costi fissi. Sono davvero preoccupato. Non vogliamo perdere i nostri dipendenti - conclude Scarsciotti - la nostra non è una professione così banale come qualcuno può pensare». cod 83399

PAVONI ITALIA
UNA GAMMA SEMPRE PIÙ AMPIA DI STAMPI PROFESSIONALI

Pavoni Italia presenta il nuovo catalogo "Food Equipment 2022" con l'obiettivo di andare incontro ad un mercato in continua evoluzione, dove le parole chiave sono diventate flessibilità e innovazione





di *Giorgio Lazzari*

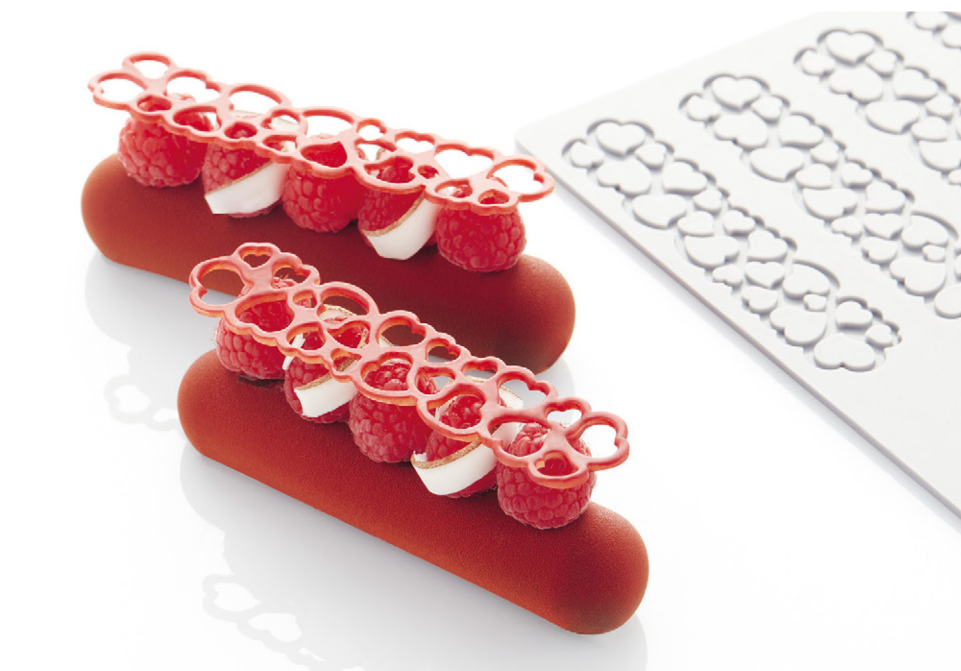
I professionisti del mondo della pasticceria e della ristorazione stanno chiedendo a gran voce un'offerta di prodotti che sappia tenere il passo con la capacità di adattare il rigore che contraddistingue il loro mestiere, con il desiderio di creare esperienze di gusto e visive che non conoscono limiti. Proprio in quest'ottica è stato concepito il nuovo catalogo "Food Equipment 2022" di Pavoni Italia, che offre a tutti i clienti uno strumento fluido e onnicomprensivo del mondo "pastry" e dell'universo Horeca. Le proposte sono concepite in modo da rispettare l'attuale tendenza alla fusione degli stili e dei materiali.

Per agevolare la consultazione è stato inserito un indice dettagliato con l'obiettivo di guidare il professionista nella scelta dei prodotti che più sono utili per le rispettive attività. Il catalogo è inoltre in grado di fornire nuovi spunti di applicazione. Un esempio lo si trova all'interno della sezione "Gourmand Inspirations", dove stampi in silicone per decorazione, in origine concepiti per il mondo della ristorazione, vengono proposti in chiave pastry. Un pizzico di dolcezza viene applicato agli stampi in silicone della linea Gourmand Cherry, Almond, Nutshell, Chestnut, Peanut, Mandarin, Berry, Honeycomb, Plume, Oak Tree, Maple e Mariposa.

Soluzioni in grado di valorizzare la creatività dei professionisti

Sulla scia delle prestigiose collaborazioni attive con i migliori pasticceri nazionali e internazionali, Pavoni Italia ha proseguito la sua intensa attività nella ricerca e sviluppo di soluzioni in grado di valorizzare le capacità in- ➔







terpretative dei singoli professionisti. Il sogno della perfezione diventa dunque realtà, come in occasione della già collaudata collaborazione con il World's Best Pastry Chef 2018 Cédric Grolet, da cui nasce la melodia di una forma elegante e raffinata: "La Vie en Rose", uno stampo in silicone Pavocake per torta e Pavoflex per monoporzione.

Dall'estro creativo di Frank Haasnoot nasce "Pavodecor", una nuova linea di stampi in silicone per decorazioni dedicate al mondo della pasticceria. In questo caso vengono proposte forme leggere ed essenziali per rifinire torte, monoporzioni ed éclair. Sono 3 i design proposti: Leaves, Circles, Hearts. Tutti stampi dai dettagli perfetti e di facile impiego, destinati all'utilizzo con cioccolato, impasti per biscotti e tutto ciò che la creatività degli artisti pasticceri può ispirare.



Per completare le proposte dedicate al mondo delle monoporzioni, Pavoni Italia ha studiato un design che ha riscontrato grande apprezzamento nel suo formato più tradizionale di torta: "Sequoia". Su queste basi nasce lo stampo in silicone Pavoflex, della misura 400x300, dotato di linee semplici ed eleganti, per una coccola di gusto da impreziosire con texture e decorazioni originali.

Novità per il mondo del cioccolato e per la gelateria

Ma le novità del nuovo catalogo riguardano anche il mondo del cioccolato. In questo caso sono due le proposte pasquali con la forma per realizzare le classiche uova. Dal mite e leggero vento primaverile di ponente, tanto decantato da Petrarca nelle sue poesie, traggono ispirazione le forme fluttuanti ed eteree di "Zefiro". "Helical", grazie all'attenzione dedicata al moto costante e verticale, saprà invece condurre il professionista in un vortice geometrico, unico e perfetto. In attesa dei mesi più caldi, Pavoni Italia propone stampi in silicone per gelato a stecco Pavogel, in modo da offrire la semplice freschezza delle forme di "Capri". Ne deriva un prodotto in grado di diventare protagonista in vetrina, assieme alle altre proposte ideate da Pavoni Italia per il mondo gelato, in arrivo per l'estate 2022.



Per scoprire la gamma completa dei prodotti offerti da Pavoni Italia, basta visitare il sito **www.pavonitalia.com**.

cod 83058

Pavoni Italia
via Enrico Fermi - 24040 Suisio (Bg)
Tel 035 4934111
www.pavonitalia.com



La gestione dell'ossigeno attraverso la selezione del tappo è fondamentale. Il 25 febbraio alle 14 in un webinar gli esperti di Vinventions spiegheranno il rapporto tra ossigeno ed evoluzione dei vini

UN WEBINAR PER CONOSCERE TUTTO SULLA PERMEABILITÀ DEI TAPPI

Dall'aroma allo sviluppo dei sapori, dai difetti del vino e alla coerenza del vino da una bottiglia all'altra, l'ossigeno svolge un ruolo cruciale nella vinificazione prima, durante e dopo l'imbottigliamento. È per questo che la gestione dell'ossigeno attraverso la selezione del tappo è un passaggio fondamentale nella shelf-life del vino. Vinventions ha sviluppato i tappi Nomacorc, scientificamente progettati e riconosciuti come i più efficienti sul mercato per la gestione dell'ingresso di ossigeno.

Vuoi beneficiare di oltre 15 anni di esperienza sulla permeabilità dei tappi e scoprire come gestire al meglio l'evoluzione dei vini in bottiglia? Partecipa al prossimo webinar dedicato alla gestione dell'ossigeno attraverso la selezione delle chiusure, venerdì 25 febbraio 2022 alle ore 14. Gli esperti Vinventions risponderanno alle seguenti domande:

- Qual è la permeabilità di un tappo?
- In che modo l'apporto di ossigeno influenza l'evoluzione dei vini?
- Quali soluzioni scegliere per i vini più sensibili?



Registrati gratuitamente a questo link: **iat.pub/3nUXX21**. Una volta registrato, riceverai un'e-mail con tutte le istruzioni per partecipare al webinar.

Vinventions, tra i maggiori produttori a livello mondiale di soluzioni di chiusura per il settore vitivinicolo, è leader nella gestione dell'ossigeno attraverso i tappi. Più di 15 anni di ricerca enologica hanno consentito a Vinventions e ai suoi marchi Nomacorc e Wine Quality Solutions di acquisire competenze uniche sull'impatto che una chiusura può avere sull'evoluzione del vino in bottiglia e più in generale sulla gestione dell'ossigeno prima, durante e dopo l'imbottigliamento.

cod 83362

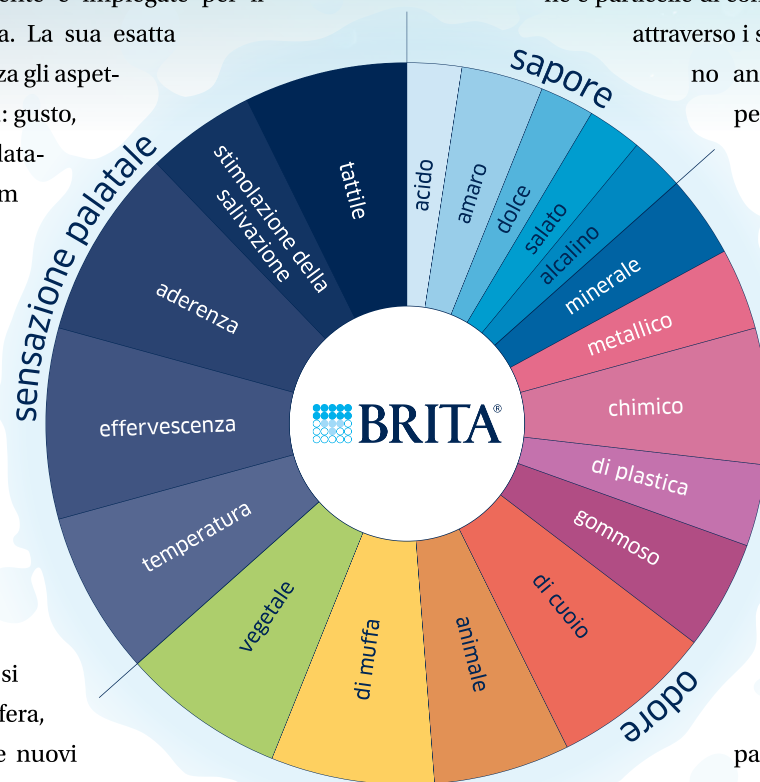
Vinventions Italia
via Luigi Dalla Via 3/b, Centro Direzionale Summano Torre A
36015 Schio (Vi) - Tel 0445 575988
www.vinventions.com

TUTTE LE DIMENSIONI SENSORIALI DELL'ACQUA

Il team di esperti dell'acqua Brita ha sviluppato una "ruota sensoriale" che mostra tutte le dimensioni e ingredienti che influenzano aspetti come gusto, odore e sensazione palatale dell'acqua

Si pensa spesso che l'acqua sia incolore, inodore e insapore, ma non è così! L'acqua è un solvente eccellente che consiste in qualcosa di più del semplice composto chimico di idrogeno (H) e ossigeno (O), cioè H2O. Nell'acqua potabile sono disciolti minerali e sostanze provenienti dall'ambiente e impiegate per il trattamento dell'acqua. La sua esatta composizione influenza gli aspetti sensoriali dell'acqua: gusto, odore e sensazione palatale. Ecco perché il team di Brita ha sviluppato una "ruota sensoriale" con tutte le dimensioni e ingredienti che influenzano questo magico elemento.

Quando evapora, l'acqua lascia dietro di sé minerali o contaminanti. Tuttavia, una volta che si condensa nell'atmosfera, comincia ad acquisire nuovi soluti e nuovi attributi. L'acqua piovana dissolve l'anidride carbonica mentre precipita e diventa lievemente acida. Penetra quindi nel terreno, raccoglie materia organica e residui biologici, assorbe e interagisce con sali minerali e sostanze di trattamento. Di conseguenza l'acqua può contenere diverse miscele di elementi, che le conferiscono sfumature inaspettate e un'ampia gamma di gusti e proprietà.



L'acqua presente nella rete idrica è stata trattata e controllata. Dato che l'acqua potabile è uno dei prodotti alimentari maggiormente controllati nel mondo occidentale, sono stati fissati rigorosi limiti riguardo a ciò che può contenere. Tuttavia alcuni minerali, sostanze di trattamento per la disinfezione e particelle di composti organici che arrivano attraverso i sistemi di captazione possono ancora essere presenti. Ecco perché per ottenere risultati eccellenti, ad esempio nelle preparazioni culinarie, nel ghiaccio o in tazza, diventa fondamentale filtrare su misura l'acqua bilanciando i minerali e rimuovendo composti organici e sostanze di trattamento.

La "Brita Water Wheel" è dunque divisa nelle tre principali dimensioni sensoriali: sapore, odore e sensazione palatale. Scopri di più sull'acqua attraverso l'innovativo percorso di formazione per diventare esperti di questo magico elemento: Aquademy by Brita (**www.brita.it/magazine/aquademybybrita**). cod 83247

Brita Italia
via Zanica 19K - 24050 Grassobbio (Bg)
Tel 800 145979
www.brita.it

DA AMUCHINA PROFESSIONAL IL PULITO IMBATTIBILE



IGIENIZZANTE MULTIUSO AREA FOOD



Una decisa azione sgrassante ed una profonda attività igienizzante

Delicato sulle superfici

Senza risciacquo



Angelini S.p.A.
Servizio Consumatori
Numero Verde:
800.802.802
www.amuchina.it

FASA PENTOLE
NUOVA SEDE E SEMPRE PIÙ ATTENZIONE ALLA LOGISTICA



Per una nuova organizzazione, in un mercato che cambia, Fasa Pentole, tra le aziende leader nella produzione di pentole per la ristorazione professionale, si sposta dalla storica sede di via Madonna 20 nella struttura di via Vaglietta 20/22, sempre a Lallio (Bg). Fasa Pentole ha deciso di mettere a disposizione dell'organizzazione aziendale una nuova struttura con lo scopo di massimizzare l'efficienza e l'efficacia del lavoro attraverso soluzioni ottimali nella gestione degli spazi. Il desiderio era poter disporre di un magazzino moderno per una sicura gestione delle attività di logistica e un approccio sistemico nella processazione delle merci da tenere a scorta, nella corretta gestione degli spazi di stoccaggio.

Il polo logistico di Fasa Pentole rappresenta uno degli ultimi grandi investimenti del Gruppo Agnelli, situato in un'area altamente strategica in concomitanza con lo snodo autostradale in prossimità del casello di Dalmine sulla autostrada Milano-Venezia.

Da 60 anni un marchio sinonimo di qualità

L'azienda Fasa Pentole nasce negli anni '60 come piccola azienda artigiana per la fabbricazione di pentole in alluminio per grandi cucine e negli anni immediatamente successivi sviluppa e mette a punto l'assortimento nell'intento di coprire ogni esigenza del mercato. Oggi Fasa è una delle aziende leader in Italia, ma anche all'estero, nella produzione di pentole per la ristorazione professionale che fa parte delle aziende del Gruppo Agnelli Since 1907, della stessa famiglia di Bergamo che produce pentole professionali dal 1907 con il marchio Pentole Agnelli.

Le fasi di lavorazione del prodotto Fasa Pentole vengono seguite fin dalla scelta delle materie prime, attraverso il controllo dell'intera filiera produttiva, dedicando la massima attenzione alla qualità finale. Fasa Pentole collabora con le principali organizzazioni di settore nel mondo della ristorazione professionale, sia in Italia che all'estero, e questo lo rende uno dei brand tra i più



Biagio Castellano di Fasa Pentole con il Cavaliere del Lavoro Baldassare Agnelli

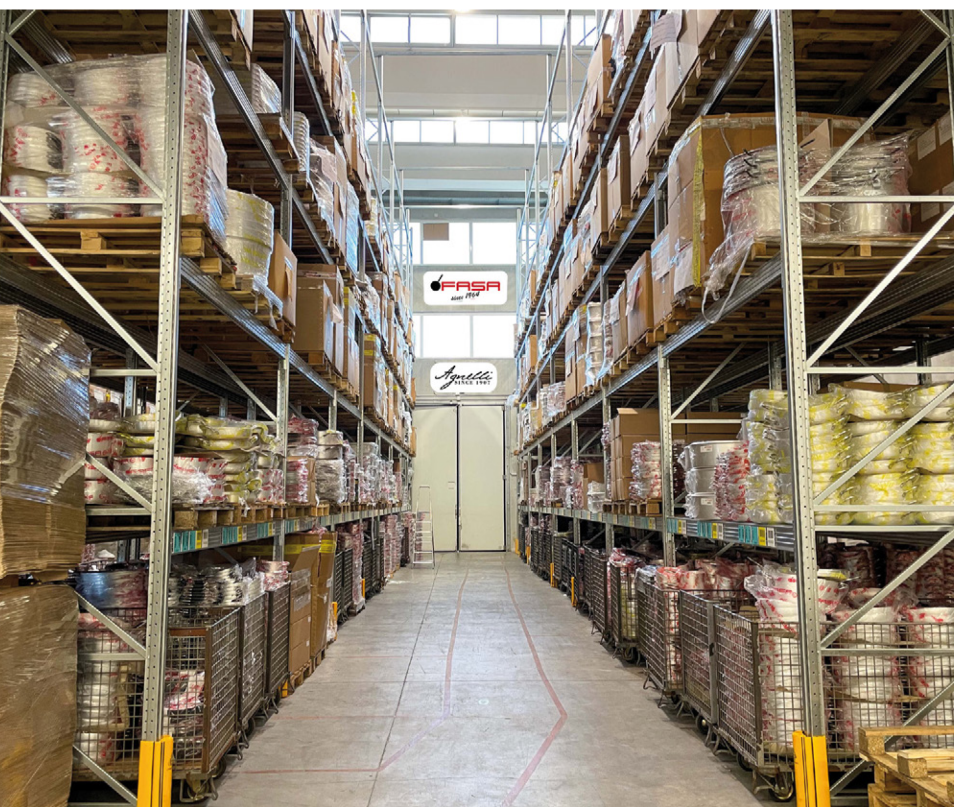
IL COMMENTO DI BIAGIO CASTELLANO, RESPONSABILE FASA PENTOLE

«Quella che inizia in questa nuova sede è una nuova avventura, con nuovi stimoli, pur mantenendo il Dna di eccellenza nella produzione di pentole professionali che ha sempre contraddistinto Fasa Pentole. Un'azienda che orgogliosamente alla fine degli anni '80 è entrata a far parte della famiglia Agnelli di Bergamo che scelse di non farla fallire, assumendo, oltre al sottoscritto, anche tutte le maestranze. Mi resi conto fin da subito che ero approdato in un luogo dove professionalità, tecnologia, passione per il mondo delle pentole e profumo di Made in Italy si sposano dando vita a un'azienda che per certi aspetti assume un valore culturale».

«Perché se Agnelli Since 1907 - che racchiude in sé tutte le realtà produttive e commerciali del settore Horeca della famiglia Agnelli - è sinonimo di eccellenza, ciò è sempre stato reso possibile dal perfetto connubio tra rispetto e conoscenza della tradizione e la capacità di guardare oltre l'orizzonte del presente. Per mettere a disposizione del cliente le migliori attrezzature del settore, facendo cultura sull'argomento e dedicando denaro, spazio e tempo alle iniziative rivolte alla formazione».

«Sono dunque in una "nuova casa" insieme ai miei colleghi di Fasa Pentole, con cui condivido da tempo quella concezione di impresa che ho scoperto da quando lavoro con Baldassare e Angelo Agnelli: qualità, rispetto delle persone e ampia visione del mercato».

apprezzati e usati dai professionisti della cucina. L'azienda difende i valori della cucina e della tipicità cercando di coniugare il progresso e la tecnologia con il rispetto della tradizione gastronomica italiana ed internazionale.



Fasa Pentole è stata una delle prime aziende del settore ad adottare un Sistema di gestione per la qualità in accordo ai requisiti della norma UNI EN ISO 9001:2015, per la quale è stata certificata. Aderisce inoltre al programma europeo Affg (Aluminium for future generation) e CentroAl Alluminio in Cucina, il consorzio dei produttori di pentole professionali. Tutti gli articoli di Fasa Pentole sono garantiti per alimenti e sono rispondenti alle vigenti disposizioni di legge italiane ed europee, come il Reg. 1935/2004 e 2023/2006, in particolare al D.L. n. 155/97 in attuazione delle direttive CEE 99/43 e 96/3 Haccp. cod 83209

Fasa Pentole
via Vaglietta 20/22 - 24040 Lallio (Bg)
Tel 035 4545911
www.fasapentole.com



BOX PIZZA LE 5 STAGIONI
IL VIAGGIO CONTINUA

Continua il viaggio delle farine Le 5 Stagioni assieme al "Box Pizza L5S". La scatola della pizza più cliccata del web giunge alla sua terza edizione rinnovandosi nella forma e nella sostanza. E così dopo le prime proposte - una dedicata al brand, al racconto dei valori che lo contraddistinguono che sempre più spesso incontrano quelli dei professionisti della pizza, e una seconda edizione in cui era racchiuso un concorso per pizzaioli e consumatori finali - questa terza edizione concretizza il progetto numero 1, attraverso il racconto e la conoscenza.

«Per Le 5 Stagioni è fondamentale identificarsi nei principi alla base del modello di "fare impresa" di Agugiaro & Figna Molini, per questo motivo - spiega **Stefano Pistollato**, direttore commerciale Italia dell'azienda - il concept della scatola è appunto il tema della sostenibilità, quest'ultima intesa a livello ambientale, ma anche dei processi produttivi, del lavoro, e dell'arte molitoria». Il "Box Pizza Le 5 Stagioni" oggi comunica al cliente non solo i valori del brand, ma anche le scelte consapevoli effettuate dai pizzaioli nella preparazione della pizza, attraverso le attenzioni necessarie a migliorare la qualità del prodotto, nella ricerca di materie prime eccellenti e rispettose del territorio, nell'ascolto dei bisogni dei suoi clienti.

«Il box - continua Pistollato - è un'iniziativa molto apprezzata dagli addetti ai lavori, tanto che sono stati gli stessi pizzaioli a richiedere l'organizzazione della terza edizione. Essa rappresenta da un lato l'opportunità di offrire attività dedicate ed esclusive al cliente, dall'altro la possibilità di pensare una nuova modalità di comunicazione, attraverso un supporto che difficilmente viene pensato come strumento comunicativo».

Il progetto "Box Pizza Le 5 Stagioni" racconta il rispetto verso l'ambiente, i territori e le persone di Agugiaro & Figna Molini, coinvolgendo anche i professionisti che abbracciano la filosofia e i principi dell'azienda



Entrare nel mondo delle farine Le 5 Stagioni

Non un semplice contenitore per la pizza, dunque, ma uno strumento attraverso il quale, anche con l'utilizzo di un apposito QR code, è possibile entrare nel mondo delle farine Le 5 Stagioni per conoscerne il valore, le qualità organolettiche, le prestazioni e approfondire i sistemi di macinazione brevettati, gli alti standard qualitativi dell'azienda molitoria che macina il grano dal XV secolo. I professionisti della pizza ma anche i consumatori finali, i food lover, possono così entrare a far parte della Community Pizza Stories per immergersi a 360° nello straordinario mondo dell'arte bianca.

Protagonista la sostenibilità

L'edizione numero 3 descrive attraverso immagini e parole il progetto de "Il Bosco del Molino", 13 ettari di terreno, che danno dimora a 18mila alberi piantati accanto al molino di Collecchio (Pr) e permetterà l'assorbimento di CO_2, fino a 220mila kg l'anno, compensando le emissioni totali degli impianti dell'azienda nello svolgimento delle attività di trasformazione del grano nelle quattro sedi (Curtarolo, Collecchio, Magione e Cremona). All'interno del Box, inquadrando il QR code i clienti possono accedere a un questionario di valutazione sulle proprie abitudini alimentari per conoscere e misurare l'impatto sull'ambiente attraverso scelte più consapevoli, un quiz che attraverso la semplicità dell'autoanalisi vuole essere un piccolo seme per far crescere sensibilità e attenzione al tema della sostenibilità (**https://bit.ly/boscomolino_test**).

Il nuovo box racconta inoltre la sostenibilità della stessa pizzeria dove si acquista il prodotto finito. Il "cartone" è realizzato con materiale certificato FSC, che garantisce la provenienza da boschi gestiti responsabilmente della carta utilizzata per realizzarlo. Un modo nuovo anche per il pizzaiolo per far parlare di sé, farsi scegliere e fidelizzare la propria clientela. I box pizza sono disponibili presso le pizzerie che si affidano a Le 5 Stagioni a partire da fine gennaio.

Per saperne di più sull'iniziativa, visita il sito **www.ilboscodelmolino.it**.

cod 83316

Agugiaro&Figna Molini
Strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521 301701
www.agugiarofigna.com



Con SmartTouch Menu, gli ordini al ristorante vengono inviati direttamente dallo smartphone dei clienti ovviando alla mancanza di personale, riducendo attese ed errori e invogliando a bere e mangiare di più





COMANDE FAI-DA-TE VIA APP PER AUMENTARE LE CONSUMAZIONI

Molti ristoratori sono ancora affezionati alle vecchie comande prese con carta e penna. Altri hanno dotato i camerieri di palmari, ma con un investimento piuttosto importante. C'è però una nuova modalità per prendere le comande in modo semplice ed economico, facendo anche aumentare le consumazioni del proprio ristorante o bar.

Il modo innovativo per gestire gli ordini è SmartTouch Menu, una App e WebApp che permette ai clienti di ordinare da soli direttamente dal proprio smartphone. Sviluppata da Smart Touch sin dal 2013, è appositamente studiata per il settore della ristorazione. Funziona per ordini dal tavolo (dall'ombrellone in caso di stabilimenti balneari e dalla camera per le strutture alberghiere) e anche per asporto e consegna a domicilio.

Oggi è difficile reperire camerieri e il personale di sala deve rispondere velocemente alle richieste dei clienti. Per questo SmartTouch Menu è un ottimo alleato per prendere le comande in modo rapido e ordinato, perché l'ordine viene effettuato dal cliente. Grazie a un QR code, il cliente visualizza sul proprio cellulare il menu digitale, sceglie da mangiare e da bere, inoltra l'ordine e può persino pagare subito tramite App. La comanda può essere revisionata da un cameriere su un pannello di controllo o andare direttamente al centro di produzione, visualizzata e stampata.

Aumenti lo scontrino medio e non perdi consumazioni

Con SmartTouch Menu aumenti lo scontrino medio fino al 20% perché il cliente ordina subito, quando lo desidera. Molto spesso i camerieri impegnati rimandano la presa della comanda, l'ospite perde la "voglia" e rinuncia ad ordinare. Un ordine su sei, ben il 18%, è una seconda consumazione persa, a discapito del fatturato del locale. In particolare si tratta di ulteriori bevande, dessert e caffè. Ordinando con SmartTouch Menu, questo rischio si azzera.

La soluzione per una ristorazione più digitale

Con SmartTouch Menu il ristoratore può rimanere in contatto con i clienti e informarli delle novità, grazie a comodi messaggi push promozionali che arrivano direttamente su smartphone. In più la funzione avanzata "portafoglio elettronico" permette ai clienti di caricare un credito e ordinare in libertà, aumentando la fidelizzazione. Oltre agli ordini, è possibile digitalizzare anche altri servizi, per avere un locale o ristorante più moderno. Con l'App e la WebApp personalizzate, puoi inserire funzionalità e informazioni utili a tua scelta, farti conoscere e incrementare la tua clientela. cod 83439

Smart Touch
via Roma 54 - 21047 Saronno (Va)
Tel 02 87186571
www.smarttouch.it



GLI INFINITI UTILIZZI
IN CUCINA
DI PARMIGIANO REGGIANO



di *Giorgio Lazzari*

Parmigiano Reggiano è da sempre uno degli ingredienti più riconoscibili e apprezzati nelle cucine e sulle tavole di tutto il mondo. Sarà per la sua capacità di esaltare naturalmente i sapori, oppure per il nome che, come quelli di celebri stilisti e case automobilistiche, è sinonimo di eccellenza italiana. O forse, semplicemente, perché è buono e suscita quel senso di soddisfazione e pienezza al palato che solo l'umami sa trasmettere. Fatto sta che il Parmigiano Reggiano è considerato un asso nella manica da cuochi di tutto il mondo: a volte basta scorgerlo nel menu per cambiare la percezione dell'esperienza ristorativa.

Il motivo di questo successo è antico come la storia del Parmigiano Reggiano, che affonda le sue radici nel Medioevo. Il primo documento in cui viene nominato il "caseus parmenisis" è del 1254, ma la testimonianza più nota è senza dubbio quella del 1344: Giovanni Boccaccio, nel Decamerone, descrive la contrada del Bengodi e cita una montagna di "parmigiano grattugiato" su cui venivano fatti rotolare "maccheroni e raviuoli", dando così un'indicazione dell'uso che se ne poteva fare in cucina.

Un formaggio che dà un tocco di carattere in più ad ogni piatto

A distanza di secoli, possiamo affermare che la chiave del successo del Parmigiano Reggiano è stata la versatilità: solo grazie a una straordinaria capacità di adattamento è potuto sopravvivere ai corsi e ricorsi della storia culinaria. Oggi il Parmigiano Reggiano è impiegato non solo per la classica "spolverata" sui primi piatti documentata da Boccaccio ma ➡



CERTIFICAZIONI

• **Prodotto di montagna** - Dal 2013 è stata introdotta con regolamento Ue 1151/12, la dicitura "Prodotto di Montagna" per classificare i prodotti alimentari aventi origine nelle aree di montagna dell'Unione Europea. Il Parmigiano Reggiano è il più importante prodotto Dop ottenuto in montagna, con oltre 110 caseifici ubicati in montagna e oltre 1.200 allevatori che, ogni giorno, contribuiscono a fortificare l'economia e a preservare l'unicità del territorio montano di Parma, Reggio Emilia, Modena e Bologna. Proprio per dare maggiore sostenibilità allo sviluppo della montagna e offrire ai consumatori garanzie aggiuntive legate, oltre all'origine, anche alla qualità del formaggio, il Consorzio del Parmigiano Reggiano ha definito il "Prodotto di Montagna - Progetto Qualità Consorzio". I requisiti per ottenere la certificazione sono:
- 100% latte munto in stalle nelle zone di montagna;
- più del 60% dell'alimentazione delle vacche è coltivata in zona di montagna;
- caseificio e stagionatura fino a 12 mesi minimo, in zona di montagna;- selezione qualitativa a 24 mesi con valutazione "al martello" degli esperti del Consorzio;
- valutazione sensoriale (gruppo d'assaggio) e analisi composizione chimica.

• **Kosher** - Il Parmigiano Reggiano Kosher, destinato ai consumatori di fede ebraica osservante, prevede che tutti i passaggi eseguiti per la produzione, dalla mungitura alla porzionatura, siano certificati in base alla kasherut, la normativa ebraica sul cibo basata sull'interpretazione della Torah. Le fasi della lavorazione sono supervisionate da un rabbino e controllate da Ok Kosher Certification, uno degli enti più accreditati e riconosciuti nel mondo delle certificazioni kosher.

• **Halal** - Il Parmigiano Reggiano Halal concilia il disciplinare di produzione della Dop con le indicazioni della normativa islamica, in materia di "cibo permesso", basata sul Corano. La certificazione, che rende il prodotto idoneo al mercato islamico, prevede che tutti i passaggi eseguiti per la produzione abbiano la piena tracciabilità del prodotto e siano controllati.

• **Biologico** - Il Parmigiano Reggiano da agricoltura biologica prevede che tutti i passaggi eseguiti per la produzione abbiano la piena tracciabilità del prodotto e siano certificati in base alle disposizioni di legge per la produzione dei prodotti da agricoltura biologica.

STAGIONATURA E TIPOLOGIE

La stagionatura minima è di 12 mesi, ma è intorno ai 24 mesi che il Parmigiano Reggiano raggiunge la maturazione adatta ad esprimere le caratteristiche tipiche. Può stagionare anche oltre, fino a 36 o 48 mesi o anche di più, manifestando aromi e profumi inesplorati. Nella stagionatura, grazie all'azione degli enzimi liberati dai batteri lattici, le proteine vengono scomposte in pezzi più piccoli, in peptidi e in amino-acidi liberi, mattoni base della catena proteica. Questa azione di scomposizione proteica (proteolisi) determina le proprietà della struttura e sensoriali del Parmigiano Reggiano e la sua alta digeribilità.

- **12-19 MESI: DELICATO** - Il Parmigiano Reggiano di 12-19 mesi ha un sapore armonico e delicato con sentori di latte, yogurt e burro. La base lattica è accompagnata da note vegetali quali erba, verdura lessa, talvolta fiori e frutta. Il formaggio risulta dolce ed acido allo stesso tempo. Granulosità, friabilità e solubilità iniziano ad essere apprezzabili. È particolarmente adatto come aperitivo in abbinamento a vini bianchi frizzanti o per arricchire insalate e piatti freddi.
- **20-26 MESI: ARMONICO** - Il Parmigiano Reggiano esprime al naso ed al palato una ricchezza di odori e aromi in perfetto equilibrio. Si possono apprezzare note di burro fuso o di crosta di Parmigiano Reggiano, ma anche la frutta fresca come banana, ananas e gli agrumi, accanto a note di frutta secca e spezie. Il formaggio si presenta perfettamente solubile, friabile e granuloso. Compaiono numerosi i cristalli di tirosina ed è perfetto con vini di medio corpo.
- **27-34 MESI: AROMATICO** - Il formaggio è "molto stagionato" e risulta più asciutto, friabile e solubile. Il sapore è più deciso e piccante, con note di spezie e frutta secca che risultano decisamente predominanti. È un ingrediente ideale per le paste ripiene e al forno o per essere gustato a fine pasto in abbinamento a frutta e miele.
- **35-45 MESI: INTENSO** - Il formaggio si presenta di colore giallo paglierino intenso, tendente all'ambrato. All'esame olfattivo prevalgono note calde di spezie ed il profumo di fieno. All'aroma emerge la castagna ed il brodo di carne, leggermente piccante ed astringente. Da gustare con vini rossi strutturati o corposi.



anche per dare un tocco di carattere alla carne, al pesce e persino ai dessert.

Se un Parmigiano Reggiano "giovane" di 12 mesi - delicato, con sentori di latte, yogurt e frutta fresca - è perfetto per arricchire insalate e si abbina egregiamente ad un vino bianco frizzante, un 36 mesi ha invece un sapore deciso con note di spezie, frutta secca e brodo di carne, ed è l'ingrediente ideale per le paste ripiene o per essere gustato a fine pasto con frutta e miele, accompagnato da un vino strutturato oppure da un buon Marsala o con una grappa trentina.

IL PROGETTO PARMELIER

Il Consorzio, in collaborazione con **APR (Associazione Assaggiatori Parmigiano Reggiano)** ha creato "**Parmelier**" (**www.parmelier.com**), il corso di degustazione aperto a tutti - chef, consumatori e operatori di settore - per conoscere meglio e apprezzare le varie sfaccettature del Parmigiano Reggiano Dop nelle sue declinazioni di stagionature e biodiversità.

Ingrediente utilizzato nelle cucine di tutto il mondo

Il Parmigiano Reggiano è un ingrediente eclettico: lo utilizzano i cuochi giapponesi per dare un tocco di umami ai piatti, così come Massimo Bottura per il celebre "Le cinque stagionature del Parmigiano Reggiano in diverse consistenze e temperature", fino alle squisite paste ripiene della tradizione emiliana. Ha contaminato piatti tipici di altre regioni, cosa non da poco in un panorama così frammentato, orgoglioso e ricco di specialità locali come quello italiano. Si è spinto oltre i confini, contribuendo al successo della cucina italiana nel mondo e diventando un ingrediente irrinunciabile anche nelle pietanze della dia-

RAZZE



- **VACCA BIANCA MODENESE** - È un animale dalla triplice attitudine che, in passato, oltre ad essere destinata alla produzione di latte e carne, costituiva anche un valido aiuto nel lavoro dei campi. Deriva probabilmente da bovini dal mantello frumentino, simili alla rossa reggiana, incrociati con bovini grigi di tipo podolico. Il suo latte è particolarmente adatto alla trasformazione in Parmigiano Reggiano e alla caseificazione: questo grazie al rapporto ottimale fra tenore di grasso e proteine, e all'elevata presenza della frazione k delle caseine, che favorisce una coagulazione del latte rapida e resistente. È presidio Slow Food.



- **VACCA ROSSA REGGIANA** - Fino al secondo dopoguerra, nelle tradizionali stalle delle corti contadine c'erano vacche dal mantello rossiccio, impiegate anche per trainare aratri e carri, oltre a fornire carne e il latte necessario alla produzione del Parmigiano Reggiano. Le origini, che risalgono all'anno Mille, sono probabilmente in Pannonia, l'attuale Ungheria, dalla quale giunsero al seguito delle invasioni longobarde. Il suo latte è particolarmente ricco di proteine - caseina in particolare -, calcio e fosforo, e possiede attitudini casearie ottimali: la panna affiora in modo adeguato, il latte coagula rapidamente, la cagliata è consistente ed elastica, il siero è limpido; di conseguenza, la resa di formaggio è elevata. L'Associazione Razza Reggiana che riunisce i produttori della razza rossa definisce a 24 mesi il tempo di stagionatura minimo del formaggio.



- **VACCA BRUNA** - L'introduzione della razza bruna nel Parmense risale alla metà del XVIII secolo, anche se in alcuni documenti del Cinquecento e Seicento appaiono bovini dal mantello bruno, probabilmente di origine svizzera e provenienti dalla Lombardia. Queste vacche ebbero fortuna perché rustiche e docili, adatte al lavoro dei campi, nel corso degli anni la bruna si è imposta per la produzione di latte le cui caratteristiche reologiche determinano un latte molto adatto alla caseificazione grazie all'alto profilo caseinico e all'elevato contenuto di grasso.



- **FRISONA ITALIANA** - È la razza più diffusa tra gli allevatori di Parmigiano Reggiano: importata dall'Olanda, è conosciuta come frisona in quanto il ceppo originario si trova nella regione olandese della Frisia. I primi capi giunsero in Italia alla fine dell'Ottocento, per essere allevati a scopo di ricerca presso l'Istituto Zanelli di Reggio Emilia in modo da confrontare le caratteristiche produttive delle varie razze. Nel Novecento furono importati dei capi da allevamenti italiani e la razza, ormai acclimatata, si affermò per la sua alta produttività affermandosi come la razza lattifera più diffusa in Italia e nella zona del Parmigiano Reggiano.

spora, come il "Chicken parmesan" tanto amato dagli anglosassoni.

«Ogni Parmigiano Reggiano regala emozioni e consistenze diverse», conferma **Luca Marchini**, membro di Euro-Toques Italia e chef del ristorante stellato L'Erba del Re di Modena. «Nel mio locale metto in degustazione anche prodotti che vantano stagionature di 100 o 120 mesi. Nella quotidianità lo utilizzo per esaltare i piatti classici della tradizione emiliana grazie al 24 mesi, una stagionatura che ci permette di esprimere il massimo grazie ad una buona riduzione della parte lattica».

Fra le ricette della tradizione non può mancare il risotto al Parmigiano Reggiano con aceto balsamico, dove viene utilizzato un 24 mesi che permette di cedere profumi, aromi e materia grassa. «All'interno di un tortellino ripieno - prosegue Marchini - punto invece ad ottenere una nota più decisa con una stagionatura più elevata, di almeno 36 mesi, come corollario di una pietanza "principe" che sto cucinando. In questo caso si tratta di un prodotto adatto anche all'interno di un'affumicatura o per l'estrazione della parte secca. Nelle mie ricette ho utilizzato anche un 78 mesi in sostituzione alla salatura della carne. Occorre infine tenere presente che il Parmigiano Reggiano, stagionato dai 60 mesi in su, è un'ottima alternativa a sale e spezie, grazie alle sue note decise».

Tipologie di Parmigiano Reggiano diverse per tutte le occasioni

C'è un Parmigiano Reggiano per tutti i gusti e per tutte le occasioni. E non parliamo solo di stagionature, ma anche di razze. Ci sono la vacca bianca modenese, la rossa reggiana, la bruna e la frisona italiana. Così come esistono prodotti "certificati" che vanno incontro alle esigenze più diverse: dal prodotto di Montagna, al Kosher, dall'Halal, al Biologico. Per soddisfare la curiosità di clienti sempre più curiosi e interessati all'origine dei prodotti che consumano, numerosi ristoranti hanno introdotto una "carta dei formaggi" in cui si trovano informazioni sulla provenienza, la stagionatura e le caratteristiche del produttore.

cod 83048

Per informazioni:
www.parmigianoreggiano.com

Sul tagliere dei formaggi...
ASIAGO PRESSATO, STRACHITUNT, SPRESSA DELLE GIUDICARIE STAGIONATO

Tre eccellenze della produzione casearia Dop italiana. Tutti a base di latte vaccino, sono formaggi prodotti fra Lombardia, Veneto e Trentino. Abbinamento perfetto con il Merlot Collio Doc 2018 di Borgo Conventi



di *Vincenzo D'antonio*

Il formaggio è la conserva del latte. La carta d'identità del formaggio è costituita fondamentalmente da tre informazioni: le due informazioni genitoriali e l'età. La "madre" del formaggio assumiamo sia l'animale dal cui latte il formaggio si fa. Il "padre" assumiamo sia il territorio in cui il formaggio si fa. L'età assumiamo sia una delle dimensioni temporali in cui ne allochiamo l'immissione al consumo dopo che è stato fatto nel caseificio (la "clinica" in cui il formaggio è nato): parliamo di giorni, oppure di mesi, oppure di anni. Altri direbbero (e direbbero correttamente): fresco, semi stagionato, stagionato.

Ciò posto in premessa bivalente - nel senso che è premessa sia di metodo che di merito - ci si accinge a proporre taglieri in cui la compresenza di più formaggi Dop acquisisca argomentabile armonia e renda perciò valida la proposta in sé per quanto rappresentativa degli aspetti genitoriali e dell'età dei formaggi presenti. Stante la dovizia della produzione casearia Dop italiana, con ben 50 formaggi presenti, di taglieri da comporre ve ne sono tanti. Ne abbiamo individuati 18.

Asiago Dop



Strachitunt - foto di Marco Mazzoleni

Qui raccontiamo il primo, che è composto da tre formaggi Dop. Stessa madre: la vacca, ovvero il latte vaccino. Papà lombardo per uno dei tre, veneto per due dei tre (con sconfinamento nel Trentino per uno dei due). Età esprimibile in "giorni" per uno dei tre, in "mesi" per due dei tre. Ci accingiamo a presentare: Asiago Pressato Dop, Strachitunt Dop, Spressa delle Giudicarie Dop Stagionato.

Asiago Pressato Dop

L'Asiago Dop è un formaggio a pasta semicotta prodotto esclusivamente con latte vaccino in due tipologie. La tipologia Asiago Pressato Dop, con latte intero, ha sapore dolce e delicato. L'area di produzione dell'Asiago Dop ricade nella provincia di Vicenza, in due zone confinanti delle province di Padova e Treviso e nella provincia di Trento. La stagionatura minima è di 20 giorni. Le forme di Asiago Pressato Dop, al termine della produzione, vengono sottoposte ad una pressatura effettuata con torchi manuali o idraulici. Da qui il nome! L'Asiago Pressato Dop ha crosta sottile ed elastica, pasta bianca o leggermente paglierina con occhiatura marcata e irregolare. Deve essere consumato entro circa dieci giorni dall'acquisto. Per costituire il tagliere si consiglia di porzionarlo a cubetti.

Strachitunt Dop

Le origini dello Strachitunt Dop sono antichissime, come testimoniato da numerosi documenti storici che ne descrivono la presenza già intorno all'anno Mille. Antenato del gorgonzola, lo Strachitunt Dop è stato per lungo tempo trascurato e dimenticato, per poi essere riscoperto e rilanciato sul mercato durante l'ultimo decennio. È un formaggio stracchino erborinato prodotto con latte crudo intero di vacche di razza Bruna. La zona di produzione dello Strachitunt Dop comprende i territori dei comuni di Blello, Gerosa, Taleggio e Vedeseta situati in provincia di Bergamo, ad un'altitudine minima di 700 metri slm. Lo Strachitunt Dop ha forma cilindrica e facce piane. La fase di maturazione delle forme si protrae per almeno 75 giorni, anche se gli intenditori sostengono che il periodo di conservazione ideale si aggiri intorno ai 3 mesi, lasso di tempo che permette il migliore sviluppo delle muffe responsabili della piccantezza del formaggio. Per costituire il tagliere si consiglia di porzionarlo a listelli. ➡

Spressa delle Giudicarie Dop Stagionato

Lo Spressa delle Giudicarie Dop Stagionato è un formaggio a pasta semidura prodotto con latte vaccino crudo parzialmente scremato, proveniente principalmente da vacche di razza Rendena, l'unica razza bovina autoctona del Trentino, il cui allevamento è caratterizzato dall'alpeggio estivo in alta quota.

La zona di produzione dello Spressa delle Giudicarie Dop interessa alcuni comuni della provincia di Trento compresi nel territorio delle Valli Giudicarie. Il prodotto "Stagionato" è tale quando la stagionatura ha la durata di almeno 6 mesi. Formaggio particolarmente saporito, ha una sua caratteristica nota amarognola. Per costituire il tagliere si consiglia di porzionarlo a listelli.


Spressa delle Giudicarie - foto www.lattetrento.it

Presentazione del tagliere e abbinamento con il vino

Si consiglia il tagliere rotondo, sebbene possa andare bene anche quello rettangolare. La successione della degustazione è: per primo il cubetto di Asiago Pressato Dop, a seguire il listello di Strachitunt Dop e a concludere il listello di Spressa delle Giudicarie Stagionato Dop. Quale vino ci versiamo negli appropriati calici? Si resta nel nord Italia, spostandoci al suo limite orientale sino a lambire la Slovenia. Sì, siamo nel Collio, precisamente a Farra d'Isonzo (Go), presso la tenuta Borgo Conventi. Il vino prescelto è il Merlot Collio Doc 2018 fatto con sole uve Merlot. Alla vista si presenta di un bel colore rosso rubino con riflessi violacei. All'olfatto si avvertono sentori intensi e pronunciati di ciliegia e prugna seguiti da note eleganti di cacao amaro. Al gusto i tannini dolci e vellutati sono ben integrati nel corpo elegante e strutturato. Ottima la persistenza retro-olfattiva. Mi raccomando di servirlo alla corretta temperatura di servizio, che è intorno ai 18°C. cod 83081









GALBANI PROFESSIONALE AMPLIA LA PROPRIA OFFERTA

Creare panini gustosi ma leggeri sarà possibile grazie alla nuova Ricotta Spalmabile da 600 g, una novità assoluta sul mercato, dalla consistenza unica e cremosa, frutto di una tecnologia brevettata, che si presta per essere spalmata facilmente. Il suo gusto avvolgente ed il basso contenuto di grassi soddisfa il palato anche di chi è più attento ad un'alimentazione equilibrata senza voler rinunciare al gusto. È anche molto indicata per dolci al cucchiaio o come ripieno per torte che non prevedono la cottura come la cheesecake.



Per ripieni asciutti, corposi e ben amalgamati è stata sviluppata la Ricotta Bassa Umidità da 1,5 kg specifica e ideale per gli utilizzi a caldo. Dalla consistenza fioccata e dalla grana grossa che si avverte in bocca, risulta facile da lavorare e si amalgama bene con gli altri ingredienti. Avendo una percentuale di umidità più bassa rispetto alle classiche ricotte non rilascia siero e quindi non bagna l'impasto delle preparazioni.

Per dessert d'autore con protagonista il mascarpone, Galbani Professionale amplia la propria gamma con un nuovo formato: una vaschetta da 2 kg richiudibile, testata e validata dagli chef di Apci. Si tratta di un formato molto richiesto nella ristorazione professionale soprattutto per gli operatori che fanno del mascarpone il protagonista dei loro dessert. La ricetta è stata studiata ad hoc per avere un prodotto che risponda in modo ottimale alle esigenze di montatura e tenuta degli operatori professionali.

Per pizze saporite e gustose l'ultima novità firmata Galbani Professionale è relativa al mondo del Gorgonzola Dop Piccante, che si differenzia dalla versione dolce per consistenza e gusto. Ed è proprio grazie alla sua consistenza sostenuta che il prodotto si presta per essere tagliato a cubetti, facilitando il lavoro dell'operatore e riducendone gli scarti.

Sulla pizza si scioglie bene e fonde in modo uniforme. Lascia qualche crosticina più scura e croccante, piacevole da sentire durante l'assaggio, e le muffe non si notano più.

cod 83391

Lactalis Galbani
via Flavio Gioia 8 - 20149 Milano
Tel 800 990991
www.galbaniprofessionale.it

A FORMANDI L'ASTA PER I FORMAGGI DI MALGA CHE DIVENTANO STAR



L'ultima edizione di Formandi, che si è svolta nel caratteristico borgo di Sutrio in Friuli, è stata un vero e proprio viaggio alla riscoperta dei prodotti caseari più buoni e tipici



di ***Gianluigi Veronesi***

Di caratteristici luoghi, usi e costumi friulani, sulle pagine di Italia a Tavola abbiamo già scritto in diverse occasioni, questa volta vogliamo puntare i riflettori sul caratteristico borgo di Sutrio (Udine), in Carnia, ai piedi del monte Zoncolan, dove a fine 2021 si é svolta la manifestazione "Formandi". Apparentemente uno dei tanti eventi che spesso le regioni o le amministrazioni organizzano per dare visibilità al commercio locale o per valorizzare le tipicità enogastronomiche. In realtà si trattava di due eventi riuniti: "Formandi", che si propone di valorizzare il formaggio e le malghe, é stata accorpata a "Farine di Flor", evento che celebra mulini, farine e altre delizie carniche.

Un gustoso percorso in sei tappe

Un gustoso percorso in sei tappe si dipana nel centro storico di Sutrio e porta alla scoperta di sapori antichi e tradizionali. Ciascuna tappa porta il nome, in friulano, di un mulino ancora attivo (o comunque visitabile) in una località della zona: Mulin di Soclef (Socchieve), di Dimponc (Imponzo), di Cjurcuvint (a Cercivento), da Moras (a Trivignano), dal Flec (a Illegio). In ogni "stazione" si raccontano, con esposizione di farine, oggetti di lavoro, attrezzi da cucina, le lavorazioni di un tempo e quelle di oggi, le diverse tipologie di farine, il loro utilizzo migliore. È inoltre possibile degustare cibi particolarissimi, dai sapori dimenticati: il pan di sorc, per esempio, realizzato con la miscela di diverse farine (frumento, mais e segale), i grissini con la cipolla insieme al formadi salat (stagionato in una salamoia che, come la madre delle antiche acetaie, rimane la stessa e si tramanda di generazione in generazione, per decenni), la polenta di farina di mais bramato, con il pastorut, (formaggio erborinato a pasta molle, in cui dolce e piccante convivono armoniosamente). Poi pani e grissini di molteplici tipi abbinati a formaggi e salumi carnici, minestre e zuppe servite in ciotole di pane. Indubbiamente un vero giorno di festa per migliaia di partecipanti, profonda immersione nei sapori tipici del territorio.

La via centrale di Sutrio era pervasa da profumi di cibo, di cotture a legna, di griglie roventi. Qui e là nell'aria, vapori, padelle fumanti, pentole e pentoloni, con decine di persone addette alla cotture e alle cibarie, per la gioia del palato delle migliaia di visitatori intervenuti. Ecco poi il momento clou, riservato e non aperto al pubblico, l'asta dei formaggi di malga. Potevamo immaginare che sui formaggi di malga si fosse già scritto tanto, ma raramente si è parlato delle aste. Indubbiamente uno strumento di straordinario effetto per valorizzare le tante tome esposte, ma il vero scopo di questo sipario, molto lodevole, era sicuramente quello di consentire al malgaro una più giusta remunerazione del proprio prodotto, frutto di sapienza tramandata nel tempo e fatiche non comuni, dal duro lavoro in quota, legato a pascoli, alpeggio, transumanze ecc. che spesso non viene adeguatamente remunerato. Eccoci nel salone pubblico del Kaiser Zoncolan: su un lungo e stretto tavolone, sono esibite le tome che rappresentano 25 malghe carniche. Presenti e pronti a lanciarsi in una disfida a colpi di alzata di mano ecco ristoratori, chef , negozianti e addetti ai lavori i quali, muniti di "paletta" numerata, rilanciavano a suon di 2 euro al colpo (che potrebbero sembrare pochi ma per dei formaggi che mediamente pesano 10kg, i rilanci da 2 euro al colpo fanno presto ad alzare i valori da 50 a 100 oppure 150 euro.



Quarantasei forme all'asta

Ed anche per questo non vi sono dubbi sul fatto che il clima sia un po' teso, all'inizio… da un lato c'è curiosità e dall'altro preoccupazione perché non sai mai quale sarà la mossa degli altri. Le forme poste all'asta erano 46 in totale, di cui 19 (in lotto minimo di due forme, quindi 38 pezzi) dell'anno corrente e 8 (in lotto singolo) degli anni precedenti (2020 e 2016). A contendersi →

Da sinistra Gianluigi Veronesi, al centro il sindaco di Sutrio Manlio Mattia e Giampaolo Rimondi





territorio locale, nonostante i tempi difficili legati al problema covid19.

Conoscete il formaggio di Malga?

Si ottiene dal latte di vacche che vivono in alta montagna, cibandosi nei prati. Viene munto in quota, dopo transumanze e pascoli su prati spontanei, ad altimetrie non indifferenti. Un latte che dà vita a formaggi sani, buoni e rispettosi dell'ambiente e dell'ecosistema. Viene prodotto solo in primavera/estate, dopo che le nevi si sono sciolte e la natura, che riparte rigogliosa, offre al bestiame che pascola, prati polifiti, ricchi di erbe e fieni che conferiranno ai futuri formaggi ottenuti, aromi fragranti e profumi unici, garantendo morbidezza alla pasta che in ogni caso resterà a lungo consistente e compatta. Sono due i momenti in cui si pos-

i pregiati formaggi una cinquantina di sfidanti, operatori professionali fra ristoratori, negozianti, commercianti, che rilanciavano l'offerta, alzandola ogni volta di 2€. In questo modo, alcune tome (peso medio 10/11kg) che erano state poste all'asta ad un prezzo base intorno ai 100 euro, per motivi di stagionatura, qualità, caratteristiche e, perché no, anche affezione, avendo ricevuto parecchie offerte hanno spuntato prezzi superiori ai 200 euro. Segno evidente che l'asta ha raggiunto in pieno il suo scopo di valorizzazione del prodotto e di giusta remunerazione dei casari malgari che lo avevano realizzato. Per concludere, l'asta ha avuto un successo clamoroso, sul tavolo dove le forme facevano bella mostra non sono rimaste nemmeno le briciole. Le attese sono state ripagate. Gli operatori professionali si sono dati battaglia e si sono portati a casa il meglio del meglio.

«Siamo riusciti a promuovere il territorio locale»

Le considerazioni finali le lasciamo al primo cittadino di Sutrio, il sindaco Manlio Mattia, il quale, con una punta di orgoglio per il successo della manifestazione, intervistato dai giornalisti di "Italia a Tavola", ha sottolineato come l'unione di due manifestazioni abbia indubbiamente portato un risultato importante per la promozione del


Terry Giacomello

sono godere questi aromi: il momento del taglio della toma e quello dell'assaggio. Gli odori si liberano al momento del taglio, non di rado potrete avvertire profumi di fieno, di latte, ma anche di frutta secca, di mieli, di erbe aromatiche, spezie. Poi c'é l'assaggio: potrete cogliere una morbidezza unica, piacevole alla masticazione, mai stopposa o troppo grassa, percepirete il gusto delicato e aromatico del fieno. Persistente, a volte il gusto del tarassaco o dell'issopo, insieme al gusto dolce del latte.

Due grandi chef e le loro ricette

Con la regia di Fabrizio Nonis, il famoso "El beker" e Veronica Defilippis, l'asta dei formaggi di malga di Formandi 2021 é stata caratterizzata da due diversi momenti enogastronomici, magistralmente eseguiti dallo chef **Terry Giacomello** (già collaboratore, per tre anni consecutivi, di Adrian Ferrà nel ristorante El Bulli, ed ospite della decima edizione di Masterchef) e **Stefano Basello** (chef stellato del ristorante Al Fogolar 1905 dell'Hotel Là di Moret di Udine e socio Euro-Toques Italia).

Inutile rassicurarvi sulla bontà dei due piatti presentati e sul fatto che gli stessi abbiano riscosso grande successo, fidatevi di noi. Peccato per chi non ha potuto assaggiare, Il Piatto di Stefano Basello ed il vino abbinato: Ravioli alla ricotta affumicata malga Pozof, brodo di cipolle, sasaka con pane fritto al tartufo nero, olio di santoreggia. Abbinamento a: Identità, blend di Friulano, Malvasia e Ribolla Gialla di Azienda Vinicola Specogna. Il Piatto di Terry Giacomello e vino abbinato: Risotto ai fiori di cartamo con fonduta di formaggi di malga. Abbinato a: Friulano in purezza biologico dell'Azienda Agricola Borgo San Daniele. cod 83373



Stefano Basello

LE MALGHE PARTECIPANTI

1. Malga PIELTINIS - Località Enemonzo/Sauris
2. Malga GERONA - Località Enemonzo/Sauris
3. Malga VINADIA GRANDE - Località Lauco / Prato Carnico
4. Malga RAMAZ E LODIN - Località Paularo
5. MELEIT - Località Sutrio
6. Malga IELMA DI SOPRA E IELMA DI SOTTO - Località Enemonzo / Prato Carnico
7. NAVAS - Località Ovaro
8. Malga SAN GIACOMO - Consorzio boschi carnici / Località Prato Carnico
9. VALUTA - Località Socchieve
10. Malga MONTERIU' - Località Socchieve/ Ovaro
11. LAVAREIT - Località Paluzza / Cleulis
12. Malga PURA - Località Ampezzo
13. Malga RIO SECCO - Località Moggio Udinese
14. Malga MONTASIO - Località Chiusaforte Sella Nevea
15. Malga FOSSA DI SARONE - Località Caneva (PN)
16. Malga ZUFPLAN BASSA - Località Sutrio/ Paluzza
17. Malga MELEDIS BASSA - Località Paularo
18. Malga GLAZZAT - Località Pontebba
19. Malga CASERA VECCHIA - Località Sappada
20. Malga GRANTAGAR -Località Tarvisio
21. Malga PRAMOSIO - Località Paluzza



LE SOLUZIONI SCHÄR FOODSERVICE PER LA RISTORAZIONE *SENZA GLUTINE*

Gli ultimi due anni sono stati ricchi di sfide per il mondo della ristorazione, che alle restrizioni dovute alla pandemia ha risposto con lo sviluppo del digitale e del food delivery, settori che registreranno nel prossimo futuro ancora una crescita importante. Naturalmente anche la ristorazione senza glutine ha dovuto reagire in egual modo, continuando a garantire alla clientela celiaca e sensibile al glutine la stessa qualità e sicurezza anche per l'asporto e le consegne a domicilio.



Ed è proprio per parlare di offerta senza glutine e mostrare le proprie soluzioni per i canali del fuori casa che Schär Foodservice partecipa dal 27 al 30 marzo 2022 a Beer & Food Attraction, la fiera internazionale dedicata al mondo birre, bevande, food e tendenze per l'out-of-home.

Allo stand 121 del padiglione A7, i visitatori potranno scoprire tutte le novità e i prodotti gluten free che la divisione del Gruppo Dr. Schär mette a disposizione dei professionisti dell'Horeca, a cominciare dalle soluzioni per il canale pizzeria: dal Pizza Mix, una speciale miscela ideale per preparare qualsiasi tipo di pizza, all'Impasto Pizza, un impasto monoporzione surgelato che permette di creare anche sgonfiotti, gnocchi e molto altro, fino alla Base Pizza, un impasto surgelato già steso e precotto, fornito in teglia anticontaminazione e pronto per essere farcito.

Allo stand sarà possibile assaggiare la pizza preparata con questi prodotti e anche gli Hamburger Roll, deliziosi panini surgelati e pretagliati ideali per creare hamburger tradizionali e gourmet, confezionati in uno speciale imballo infornabile che permette la cottura promiscua con prodotti contenenti glutine nello stesso forno: un'ottima soluzione per garantire il mantenimento delle caratteristiche organolettiche del prodotto escludendo ogni rischio di contaminazione.

Infine, sarà un'occasione per scoprire i servizi che Schär Foodservice dedica al canale, tra cui FoodSchaervice, la piattaforma di e-learning rivolta agli operatori del settore alberghiero-ristorativo, che potranno così scoprire tutte le opportunità del senza glutine, come offrirlo in sicurezza e avere consigli pratici sulla preparazione.

cod 83054

Dr. Schär - Divisione Foodservice
Winkelau 9 - 39014 Postal (Bz)
Tel 0473 293595
www.schaer-foodservice.it

MOLINO SPADONI

MISCELE PROFESSIONALI PER FRITTURA E TEMPURA







Le alleate nelle cucine professionali per una frittura croccante e una tempura leggera e dorata. Due miscele pronte all'uso, pratiche ed altamente performanti, con la garanzia di un risultato perfetto

Da Molino Spadoni due nuove proposte per soddisfare esigenze specifiche del canale professionale, nate dalla sua esperienza di oltre un secolo nell'arte molitoria. Miscele professionali, pronte all'uso, pratiche ed altamente performanti per infarinare e pastellare qualsiasi tipo di ingrediente ed avere la garanzia di un risultato perfetto.

La Miscela Professionale per Frittura è un mix a base di farina di grano tenero tipo 00, fecola di patate e amido di mais studiato per ottenere una panatura omogenea e leggera ma al contempo una gradevole texture croccante. Versatile nell'uso, si adatta perfettamente a infarinare e pastellare diversi tipi di alimenti: dal pesce alla carne, dagli ortaggi alla frutta. Permette ai clienti di gustare bocconi croccanti senza lo spiacevole inconveniente di vedere la crosticina esterna staccata dal resto del piatto.

La Miscela Professionale per Tempura è pensata per ricette ispirate alla tradizione culinaria orientale. Si tratta di un mix a base di farina di grano tenero tipo "00", farina di riso e agenti lievitanti che, impiegati per infarinare e pastellare diversi tipi di ingredienti - carne, pesce e verdura su tutti - permette di gustare una tempura gonfia, dorata, leggera e sempre croccante. La farina di riso limita infatti l'assorbimento di olio in fase di cottura, evitando lo sgradevole effetto unto, mentre gli agenti lievitanti danno volume all'alimento e appetibilità alla pietanza.

Le due proposte arricchiscono e completano la gamma di referenze Molino Spadoni dedicate ai professionisti della ristorazione e sono offerte in un formato esclusivo per il canale Horeca da 5 kg. Sul retropack sono inoltre presenti ricette e suggerimenti d'impiego funzionali ad allargare le proposte gastronomiche da mettere in carta.

cod 83492

Molino Spadoni
via Ravegnana 746 - 48125 Coccolia (Ra) - Tel 0544 569056
www.molinospadoni.it



foto A. Scipioni

FARINE MIA
NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Le 5 Stagioni lancia la nuova campagna per MIA, Macinazione Integrata Autentica, la gamma di farine e semole presentata nel 2021, concepita attraverso l'utilizzo di un innovativo diagramma di macinazione brevettato che associa due tipi di molitura: la più tradizionale a pietra con la moderna a cilindri. MIA esprime e racchiude la capacità di unire tradizione e innovazione, sprigionando il sapore rivoluzionato della stessa farina. Per questo la nuova campagna visual ha il grande compito di raccontarne l'identità in maniera innovativa e dirompente facendone emergere l'unicità.

MIA è la scelta ideale per l'artigiano evoluto. La nuova campagna visual vuole raccontarne l'identità della Macinazione Integrata Autentica in maniera innovativa e dirompente, facendone emergere l'unicità

La Macinazione Integrata conduce la farina oltre il tempo, in una dimensione in cui passato, presente e futuro si fondono in un unico flusso di macinazione con un risultato rivoluzionato, senza compromessi. Nasce così una farina capace di assicurare prestazioni sicure e costanti, che racchiude sapori e aromi caratteristici, dolci e intensi, con un alto grado di igienicità e salubrità. «Per questo motivo - spiegano dall'azienda - era fondamentale avviare una comunicazione capace di raccontare in maniera adeguata MIA, inserita nella nostra gamma premium delle farine, sia tanto dal punto di vista della sua identità rivoluzionaria, sia per la sua essenza del tutto innovativa. Proprio per queste caratteristiche, MIA è la scelta ideale per l'artigiano evoluto che ricerca materie prime eccellenti e di grande impatto comunicativo».

Vediamo più nello specifico come si sviluppa il processo molitorio che ha inizio con la selezione delle migliori qualità di grano, che in seguito viene analizzato in laboratorio attraverso controlli molteplici e differenti, per garantire l'integrità prima di essere macinato. Al chicco viene effettuata una decorticazione sapientemente calibrata, attraverso cui viene pulito delle impurità esterne: la leggera abrasione, esercitata con la decorticazione, garantisce elevati livelli igienico-sanitari. Una volta spogliato dalle impurità esterne, il chicco viene macinato integro con un tradizionale molino a pietra. In questo modo si mantengono i profumi e i sapori autentici del grano. Il processo d'integrazione è completato con la macinazione a cilindri: viene calibrata la granulometria della farina, così da garantire grandi prestazioni e costanza nel tempo.

Il gusto intenso e caratteristico della linea MIA rende piacevole il risultato in applicazione a tutte le preparazioni in pizzeria rendendole uniche e rivoluzionarie. cod 83640

Agugiaro & Figna Molini
Strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521 301701
pizzastories.le5stagioni.it/it/mia







L'ARTE DELLA CUCINA DEL "SENZA"

Quella dello Street food è una tendenza sempre attuale e in continua evoluzione, soprattutto quando incontra la dimensione del "senza". Il cibo di strada, nato come forma di consumo povera, oggi è diventato sempre più gourmet, valorizzato da ingredienti ricercati che ben si associano alla ricchezza della tradizione regionale che contraddistingue il nostro Paese.

È proprio questo il mondo a cui **Nutrifree Food Service**, brand toscano specializzato nei prodotti da forno gluten free, dedica un'intera linea di soluzioni "senza" di alta qualità pensate per ristoranti, hamburgherie gourmet e hotel che intendono intercettare un target oggi in crescita.

Ecco allora il **Panino Hamburger XL 100 g**, un prodotto senza glutine unico nel suo genere per leggerezza, sofficità e diametro (circa 13 cm). La formulazione innovativa rende l'impasto particolarmente morbido e alveolato, senza l'aggiunta di latte e senza olio di palma. Questo panino è disponibile nel pratico formato monoporzione "apri&gusta", che protegge da eventuali contaminazioni da glutine ed evita sprechi di prodotto.

Altro best seller della linea è l'**American Sandwich Nutrifree 240 g**. Soffici fette di pane senza glutine e senza lattosio in formato extralarge, ideali da farcire per creare sfiziosi toast o sensazionali club sandwich. Ottimo leggermente tostato. Completa la linea street food ideata da Nutrifree il **Panino Hot Dog 65 g**: classica forma allungata e impasto soffice e delicato. Senza glutine e senza lattosio, si caratterizza per la grande versatilità, è ideale farcito con ingredienti dolci o salati.

Partnership con Radical Brewery

Street food di qualità e birra artigianale rappresentano un binomio perfetto. Nasce così la partnership tra Nutrifree e **Radical Brewery**, nuovo brand di birra artigianale 100% toscana, nato due anni fa nell'entroterra lucchese, che lo scorso anno ha convinto anche la giuria del prestigioso World Gluten Free Beer Award.



Due le proposte senza glutine del birrificio toscano: una Apa, "**Before the Storm**", birra chiara con sentori di frutta esotica, morbida al palato con finale amaro e deciso e una Bitter, "**American Tea**", birra ambrata dal sapore avvolgente con un sentore erbaceo e note inaspettate di caramello. cod 83587

Nt Food
via della Galeotta, loc. Tei 6/C - 55011 Altopascio (Lu) - Tel 0583 216383
foodservice.nutrifree.it



SALOMON FOODWORLD

2022 ALL'INSEGNA DEL VERDE

Sempre più trainate dai concetti di consumo sostenibile e alimentazione consapevole, le preferenze e le abitudini della gente stanno cambiando. E, in qualità di azienda specializzata nel food service, Salomon FoodWorld, ne segue la direzione. La nuova gamma Salomon Green, creata per rispondere in modo come sempre esclusivo e innovativo alle sfide del settore della ristorazione, include specialità vegane, ricette vegetariane e alternative alla carne e al formaggio a base vegetale. Lanciata nel 2021, la linea "Green Heroes" si è già ampiamente affermata sul mercato della ristorazione. L'assortimento dei più apprezzati bestseller in versione plant-based si arricchisce ora di due novità vegane.

Il motto dell'anno è "Let's Veg!": declinati in versione vegetariana, vegana o plant-based, inediti snack verdi portano in tavola gusto, flessibilità e sostenibilità. Due novità si aggiungono alla linea Green Heroes

I Green Heroes Plant Chilli Nuggets sono la controparte vegana dei popolari Chilli & Cheese Nuggets. L'anima verde, il delicato ripieno cremoso, i croccanti pezzetti di peperoncino jalapeño piccante e una fragrante tempura non mancheranno di conquistare gli amanti del formaggio. Prodotto 100% vegano, 100% plant-based, identico all'originale.

I nuovi Green Heroes Chik'n Nuggets vegani sorprendono due volte: per l'autentico e convincente gusto Chik'n a base di 100% proteine del grano e per la fragrante tempura vegana. L'aspetto invitante e la consistenza ne fanno un successo garantito in ogni occasione, capace di soddisfare estimatori della carne, flexitariani, vegetariani e vegani.

La ricetta 100% a base vegetale è perfetta per creare idee e snack estrosi. Come finger food da condividere, croccante guarnizione per fantasiose insalate o protagonisti dell'asporto, i Green Heroes deliziano grandi e piccini e sono veloci da preparare. Largo agli snack plant-based! cod 83158

Salomon FoodWorld
Nordring 13 - 63762 Großostheim
(Germania) - Tel +39 331 4536789
www.salomon-foodworld.com/green







OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

PESCI D'ACQUA DOLCE

PRELIBATEZZE DA SERVIRE IN TAVOLA



di ***Toni Sàrcina***
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Molto apprezzato anticamente, probabilmente per la possibilità di reperirlo facilmente in quasi tutte le regioni d'Italia, allora ricche di corsi d'acqua incontaminati, il pesce di acqua dolce subì un progressivo declino, forse anche a causa del contemporaneo accresciuto successo delle varietà marine rese sempre più disponibili su ogni mercato. Tuttavia, soprattutto in alcune parti dell'Italia settentrionale, alcune qualità di pesci d'acqua dolce, come lo storione, hanno mantenuto intatto il loro prestigio gastronomico.

Anguilla

È un pesce che vive in acque dolci o salate a seconda dei periodi della sua vita. Ha corpo allungato, cilindrico e flessuoso; le pinne dorsale e anale si fondono con l'apice caudale formando un'unica pinna; inoltre, mancano le pinne ventrali. La testa è affusolata e presenta la mascella superiore più corta dell'inferiore: questo la distingue dal "grongo", in cui invece la mascella superiore è più lunga dell'inferiore. I maschi possono raggiungere i 50 cm di lunghezza, le femmine anche 1,5 m. L'anguilla nasce nel Mar dei Sargassi, enorme bacino dell'oceano Atlantico tra le Isole Azzorre e le Antille; poi, in circa due o tre anni, le larve trasparenti e a forma di foglia (i leptocefali), spinte dalla Corrente del Golfo alle foci dei fiumi europei, si trasformano in anguille non pigmentate (quindi ancora trasparenti), dette "cieche" non per mancanza di occhi, ma perché si catturano con estrema facilità. In Italia sono pescate e apprezzate specialmente in Toscana.

Agone

Pesce appartenente alla famiglia dei Clupeidi (Alosa fallax lacustris), che costituisce la varietà stanziale in acqua dolce della "cheppia" (Alosa fallax nilotica). L'agone non ha carne molto pregiata; quando lo si prepara, occorre squamarlo con cura, lavandolo più volte. Si può friggerlo, se è piccolo, oppure cuocere alla griglia. Nelle località rivierasche del Lago di Como, si usa conservare l'agone facendolo seccare al sole.

Alborella

È un piccolo pesce della famiglia dei Ciprinidi, lungo fino a 20 cm; vive in gruppo anche nelle acque dolci italiane di superficie. Di forma snella, ha corpo compresso lateralmente, con bocca rivolta verso l'alto. L'alborella è abbastanza comune nei luoghi di pesca, dove la si può acquistare, mentre è difficile trovarla in vendita altrove perché si deteriora abbastanza rapidamente. Per squamarla, basta strofinarla con una pezzuola: le squame si staccano con facilità. Si gusta soprattutto fritta oppure in carpione.

Lavarello

Detto anche "coregone", è un pesce della famiglia dei Salmonidi, che vive in banchi nelle profondità dei grandi laghi, ma viene anche allevato; è lungo circa 30 cm. Ha carni eccellenti e di gusto delicato e si può cucinare come la trota e il pesce persico; è ottimo anche diviso in filetti, fritti dorati o impanati. Ha il vantaggio di cuocere in pochi minuti. Con la testa e le lische si prepara un ottimo brodo di pesce.

Luccio

Facilmente reperibile nell'emisfero settentrionale, si può acquistare fresco o surgelato, intero (se piccolo), in filetti (se grosso). Si può cuocere al forno, brasare, grigliare. Ricorre particolarmente nella cucina dell'Europa centrale, dove è reperibile tutto l'anno.

Salmone

Pesce della carne prelibata che si trova nelle acque più fredde di quasi tutto l'emisfero settentrionale. La maggior parte dei salmoni vive in mare, ma torna nei corsi d'acqua costieri per riprodursi. In scatola, in filetti surgelati e affumicato, è reperibile tutto l'anno sottolio, mentre le sue deliziose uova rosse costituiscono una sorta di "caviale". Marinato, è un pezzo forte della cucina scandinava.

Pesce persico

Quasi una rarità, vive nei laghi ed ha carne molto pregiata. Si presta a numerose preparazioni, sia cotto intero sia già diviso a filetti. Esistono numerose ricette della cucina delle corti rinascimentali con utilizzo di pesce persico, considerato fin da allora una vera leccornia.

Storione

Lo storione per molti versi può sostituire la carne, specialmente quella di vitello. Addirittura lo si può preparare seguendo proprio le ricette destinate al vitello ma con grandi vantaggi per il gusto e per la digeribilità. Lo storione acquistato in pescheria dovrebbe aver superato il necessario periodo di frollatura affinché la sua carne risulti tenera. Se viene invece acquistato fresco, a seconda delle dimensioni della polpa acquistata, avrà bisogno di riposare in frigorifero da 2 a 4 giorni.

Salmerino alpino

Conosciuto anche come salmerino artico, è assai diffuso nell'arco alpino, in particolare in Trentino e in Lombardia, nel lago Maggiore, nel lago di Como e in numerosi laghetti ad altitudini fino ai 2.600 m. cod 83108



"Anguilla laccata & brodo affumicato" ricetta di Norbert Niederkofler, chef tre stelle Michelin del Restaurant St. Hubertus e socio Euro-Toques Italia



GLI IMPEGNI ACCADEMICI PER IL PROSSIMO TRIENNIO
LA VISIONE È DOVEROSAMENTE INTERNAZIONALE

di ***Giuseppe Cristini***

Un'istituzione autorevole che manifesta vera progettualità deve sviluppare almeno un programma triennale. Il Collegio accademico dei Saggi del tartufo: lancia il suo programma triennale di valori, di sviluppo, di salvaguardia, di tutela e di promozione del tartufo italiano ed europeo.

Il messaggio che è emerso nel summit internazionale di Monforte d'Alba avrà nei prossimi mesi uno sviluppo dal respiro europeo, concordato con le grandi istituzioni e le autorevoli associazioni del tartufo italiane, francesi e spagnole.

L'impegno accademico costante, l'assiduità quotidiana nello studio, il fervore e la passione verso il profilo culturale che ci siamo imposti, ci impongono di perseguire gli impegni che ci siamo posti.

"Il Collegio dei Saggi" Collegio Tecnico Scientifico internazionale

Il compito del Collegio sarà quello di svolgere e affrontare con competenza, autorevolezza e neutralità i ruoli e gli obiettivi che seguono. I punti sono sei ma almeno per il primo anno puntiamo a questi primi tre.

1. Tracciare linee programmatiche e azioni da porre in atto per promuovere, tutelare e incentivare, in ambito europeo, la presenza sul territorio delle specie di Tartufo tipiche di ogni areale di produzione.
2. Sostenere e indirizzare con forza i valori e le tecniche della moderna Tartuficoltura in favore del futuro della produzione tartufigena europea.
3. Redigere, per il Ministero nazionale e le Istituzioni UE che governano il tema, un rapporto periodico sullo stato del "Mondo del Tartufo". cod 82833

Per informazioni:
accademiadeltartufonelmondo.it



OLGA URBANI: «IL TARTUFO È UN MIRACOLO DELLA NATURA E SIAMO PRONTI A FESTEGGIARE I NOSTRI 170 ANNI»

«Ci aspettiamo sicuramente prospettive migliori rispetto al 2021 che è stato un anno un po' triste. Era in atto la ripresa dopo il covid e tutti volevano il tartufo, con richieste da tutto il mondo, ma purtroppo la stagione è stata molto severa e a causa della siccità, i tartufi erano pochissimi e carissimi e quando sono molto cari non si fa mai bella figura con il cliente. Nel 2021 abbiamo ottenuto un grande successo con i nostri prodotti e ci siamo avvicinati ancor più ad un mondo di sostenibilità naturale. Le prospettive per il 2022 sono ricche di idee: il 2022 è per noi l'Anno Del Cuore; l'azienda Urbani compie centosettant'anni di vita ed è un grande traguardo che speriamo veda anche una stagione ricca di tartufi ed un'annata più generosa; e con i nostri 170 anni alle spalle sarà un anno di novità».

Olga mostra tutta la sua soddisfazione anche per il riconoscimento Unesco alla cerca e cavatura del tartufo e sussurra «cosa c'è di più bello di un cane che sente il profumo del tartufo e grattugia la terra per poterlo tirare fuori, tutto questo è un miracolo della natura, un miracolo in bianco e nero. L' Unesco ci ha fatto un grande regalo ed abbiamo festeggiato questo traguardo, ed ora il futuro potrà essere un po' più facile».

Infine, un messaggio a tutto il mondo del tartufo: «il tartufo è un bellissimo mondo da raccontare senza mai dimenticare le proprie origini; e non può mancare un augurio per il nuovo anno a tutti gli appassionati, con un auspicio: degustate il tartufo perché il tartufo arricchisce sempre le nostre tavole». cod 82771



MARCHE: PRONTI A FARVI EMOZIONARE ANCHE GRAZIE AL TARTUFO

Le Marche sono l'unica regione italiana al plurale ed espressione dell'Italia in una regione: terra di campioni, di santi e di tartufi. Centottanta chilometri di costa, da Gabicce Mare a San Benedetto del Tronto, con 16 Bandiere Blu del mare più pulito d'Italia e 23 Bandiere Arancioni insignite dal Touring Club, in rappresentanza dei piccoli borghi che regalano assoluta accoglienza, ospitalità bellezza, tipicità e sopraffina enogastronomia.

Tartufi e vini sono i passpartout per scoprire le Marche: in ogni vallata, in ogni lembo di territorio, in ogni paese, troviamo un prodotto tipico, un piatto della tradizione e un tartufo differente tutto l'anno.

Montefeltro, Amandola e Matelica sono terre pregiate per il tartufo bianco. Piceno, Roccafluvione e Force habitat ideale per il nero pregiato.

Fossombrone e i Monti delle Cesane territori ideali per il bianchetto primaverile, così come certe pinete che troviamo a ridosso del mare Adriatico. In tutta la dorsale appenninica che parte dal Monte Nerone fino ai Sibillini, troviamo il tuber aestivum, l'uncinatum, il brumale e il macrosporum; tutti tartufi con un proprio stile e la propria intrigante aromaticità.

Ma soprattutto le Marche, regalano cultura e rispetto per il bosco e per madre terra, una ristorazione garbata e territoriale e tanti cavatori e cagnolini che ogni mattina vanno a cercare la preziosa pepita. E poi il cuore e la passionalità da parte di noi studiosi, che ci mettiamo intensità culturale, narrazione e tanta voglia di raccontare al mondo come un maccheroncino all'uovo, burro di malga, cremoso Grana Padano, una bella mantecatura e copioso tartufo, (il mio piatto della perfezione) unitamente a un calice di verdicchio, al cospetto di una visione di luoghi incantevoli, riesce a far emozionare il turista tutto l'anno e farlo innamorare della nostra terra. cod 82721



PRUGNE DELLA CALIFORNIA E STEFANO COLLOMB, ALLEANZA VINCENTE

Prosegue anche per il 2022 la partnership tra il California Prune Board (CPB) e il maître chocolatier **Stefano Collomb**, proprietario della storica pasticceria-cioccolateria "Chocolat" di La Thuile (Ao), in Valle d'Aosta. Con il progetto di collaborazione, avviato nel 2018, l'arte cioccolatiera italiana ha trovato un perfetto alleato nell'alta qualità e versatilità delle Prugne della California, promosse in Italia e in tutto il mondo dal CPB. Un ingrediente unico che offre molteplici possibilità per gli sviluppatori di alimenti nelle preparazioni dolci, sia in abbinamento alle ricette più classiche sia come elemento distintivo in quelle più innovative.

«Le Prugne della California trovano nel cioccolato un abbinamento unico che ne mette in risalto l'alta qualità e la versatilità. Proprio per questo il CPB ha deciso di rinnovare la partnership con Stefano Collomb, così da offrire agli sviluppatori di alimenti e al pubblico italiano nuove ispirazioni di utilizzo di un prodotto sempre più innovativo e gustoso», spiega **Esther Ritson-Elliott**, director of international marketing & communications del California Prune Board (CPB).

In occasione della Pasqua 2022 Collomb realizzerà una nuova creazione dolce, che vedrà protagonista l'alta qualità delle Prugne della California in abbinamento al cioccolato.

«La partnership con il CPB è per me sempre uno stimolo per creare nuovi abbinamenti e sperimentare con ingredienti di alta qualità. Il profumo, la consistenza e le texture distintive assicurate della qualità premium delle Prugne della California in abbinamento al cioccolato regalano alle mie creazioni sapori inediti e molto apprezzati, permettendomi di ampliare l'offerta della mia cioccolateria e stupire sempre i miei clienti», afferma il maître chocolatier Stefano Collomb.

Le nuove creazioni al cioccolato con Prugne della California realizzate da Stefano Collomb saranno disponibili per tutto il 2022 presso la pasticceria-cioccolateria "Chocolat" di La Thuile in Valle d'Aosta. cod 83103

Per informazioni:
www.californiaprunes.net/it

BINDI
UN VIAGGIO NEL MONDO DEL DESSERT A TUTTO TONDO



bindi
fantasia nel dessert®

GEOMETRIA DI CIOCCOLATO E PERE
Morbido pandispagna delicatamente profumato al rum, crema con panna fresca e cioccolato fondente con pasta di cacao monorigine del Madagascar, purea e cubetti di pera italiana decorata con un velluto di cioccolato fondente

Per far fronte ad un mercato in costante cambiamento, sempre più altalenante e complesso a causa dell'impatto delle restrizioni e delle chiusure, Bindi, azienda specializzata nella produzione e distribuzione di prodotti di pasticceria surgelata di alta qualità per il canale "out of home", operante a livello nazionale e internazionale, ha perseguito una strategia di investimento sulla filiera italiana con particolare focus sull'ampliamento dell'offerta e sul lancio di nuovi prodotti, cercando sempre più da un lato la massima capacità di gestione e pianificazione e dall'altro la più alta velocità di reazione.

Contestualmente l'azienda ha già strutturato un piano articolato di poten-



ziamento della rete commerciale per aumentare la penetrazione nel mercato, mantenere la posizione di forte leadership nel settore della ristorazione e parallelamente sviluppare in modo strutturato anche il canale "consumer".

Bindi vanta una capillare rete di 70 concessionari e 7 filiali in Italia con oltre 40mila clienti serviti, presente in più di 40 Paesi in tutto il mondo e uno stabilimento di produzione in New Jersey che serve gli Stati Uniti e il Canada. Una gamma ricca ed esclusiva composta da più di 1.000 articoli.

New Generation Dessert

Il grande focus sulla ricerca e sull'innovazione si è concretizzato nel lancio della "New Generation Dessert", una nuova linea di monoporzioni gourmet esclusive e ricercate. Proposte che catturano l'attenzione del cliente attraverso nuove forme e design con gusti e abbinamenti esclusivi caratterizzate da un'attenta ricerca e selezione di ricette, materie prime nobili e decorazioni eleganti e originali: Girotondo alle mandorle, Geometria di cioccolato e pere, Cubo ai due cioccolati.

Per innovare qualcosa che già funziona ci vuole coraggio

Bindi ha lanciato un nuovo progetto di "rilancio dei grandi classici" che pone al centro prodotti iconici della storia dell'azienda, proposte dessert fondamentali nell'assortimento e allo stesso tempo trasversali nei momenti di consumo. Bindi riporterà sotto i riflettori i tartufi e i semifreddi anche nella celebre versione affogata al caffè, il Tiramisù e la Torta della Nonna: prodotti di alta qualità, riconosciuti e apprezzati con un'alta rotazione di vendita.

Rilanciare questi prodotti significa dare visibilità e inventiva nella proposta. Come? Attraverso una gamma profonda, modalità di presentazione creative al consumatore, in grado di esaltare il prodotto scelto senza il rischio di sprechi per il gestore: dare la giusta rilevanza a dessert unici per qualità e flessibilità che rappresentano l'eccellenza, l'eleganza e l'artigianalità di Bindi, la più grande pasticceria d'Italia. cod 83416

Bindi
via della Liberazione 1 - 20098
San Giuliano Milanese (Mi)
Tel 02 982941 - **www.bindidessert.it**



Prodotti innovativi di alta pasticceria

«L'attenzione alla profondità di gamma e ai nuovi trend di mercato si concretizza con prodotti innovativi di alta pasticceria realizzati nei nostri stabilimenti in Italia», afferma **Antonio Balestrieri**, Brand & Product Manager. «Il grande lavoro che da sempre impostiamo con il nostro reparto ricerca e sviluppo ha l'obiettivo di focalizzarsi su ricette esclusive, prodotte con materie prime nobili e Igp, con un'attenzione particolare alla territorialità e un rinnovamento sempre attento e incalzante della gamma istituzionale con nuove collezioni per ogni stagione».





ICAM, QUANDO IL CIOCCOLATO È ALL'INSEGNA DELLA SOSTENIBILITÀ

Icam Cioccolato da tre generazioni produce cioccolato e semilavorati del cacao di eccellente qualità e dal contenuto tecnico altamente performante. Una missione che è da sempre molto forte per l'azienda lecchese e che viene riconfermata per il 2022 con ancora più convinzione, attraverso una semplice frase - Chocolate by Nature - che rappresenta in 3 parole, la profonda conoscenza del cacao che la famiglia alla guida di Icam ha da sempre. Una cura che l'azienda rivolge alla sua trasformazione lungo tutta la filiera, con un'attenzione sempre alta verso le persone che contribuiscono alla sua lavorazione e al pianeta, di cui questa meravigliosa materia è il frutto. Il tutto, con un occhio sempre vigile alle innovazioni tecnologiche che il settore produttivo offre, per essere sempre competitivi e soddisfare, e addirittura anticipare, le richieste di un pubblico sempre più esigente.

Un nuovo approccio studiato e finalizzato nel corso del 2021, anno del 75° anniversario dell'azienda, e che a partire da oggi è rappresentata da un nuovo logo, caratterizzato dalla continuità con la lunga tradizione dell'azienda e al contempo da un elemento di rottura con il passato: troviamo infatti rispettivamente un elemento rosso, che incorniciava il logo fino a ieri e che oggi è rivisto con eleganza e semplicità, e la stilizzazione della rosa, adesso raffigurata attraverso linee sinuose e moderne, per accompagnare l'azienda nel futuro.

Oltre al logo, è stato effettuato anche un importante lavoro di restyling del sito corporate, in cui l'approccio dell'azienda e le ricadute positive del suo modus operandi sono esplicitate attraverso una grafica accattivante, colorata e un linguaggio diretto e coinvolgente. Partendo proprio dal pay off "Chocolate by Nature" e dal manifesto attraverso cui l'azienda spiega la propria mission, il sito si sviluppa in 4 aree identificative dei 4 pilastri attraverso cui si concretizza l'agire dell'azienda e gli elementi irrinunciabili per produrre un cioccolato rispettoso sotto ogni punto di vista: filiera, persone, ambiente e innovazione.







Valorizzazione della filiera

L'attenzione verso la filiera è un'attitudine che Icam ha sviluppato in oltre 50 anni di viaggi in Sud America e in Africa, non solo per scovare le piante di cacao delle migliori qualità, ma anche per collaborare con le cooperative di coltivatori e migliorare ulteriormente i raccolti, incrementando attraverso la formazione anche le condizioni socio-economiche delle intere comunità locali. Lo sanno bene i coltivatori Ugandesi che dal 2010 possono contare su Icam Uganda ltd, un centro di raccolta dove i contadini conferiscono le fave ed eseguono le fasi di fermentazione ed essicazione delle stesse, attività che prima, senza uno spazio dedicato, si ritrovavano a svolgere all'interno delle proprie abitazioni con risultati non sempre qualitativamente soddisfacenti e il rischio sempre elevato di subire furti durante la notte.

«In Icam ci impegniamo da oltre 75 anni di storia ad agire sempre con rispetto e professionalità. Per il 2022 e per gli anni a venire, vogliamo ribadire il nostro impegno e riconfermare la nostra anima, sempre più dedita ad un approccio sostenibile a 360°»

Angelo Agostoni
presidente Icam

In Uganda, così come in Perù e in Repubblica Dominicana, Icam ha costruito delle relazioni forti con le cooperative di coltivatori e con le persone che ne fanno parte. Un rapporto che è sempre stato paritario e volto a ottenere un vantaggio per entrambe le parti coinvolte. Vantaggio che Icam sa perfettamente che può essere raggiunto solo se è tale anche per il pianeta. Per questo motivo nei territori d'origine del cacao gli agronomi di Icam si preoccupano di preservare la biodiversità, piantando differenti qualità di piante, oltre a quelle di cacao.

Lo stesso impegno viene profuso anche a Orsenigo (Co) presso lo stabilimento produttivo, dove sono state implementate tecnologie che permettono, anno su anno, di ridurre i consumi idrici, energetici e i rifiuti prodotti.

cod 83086





LE RADICI DEL CIBO

MIELE, FRUTTOSIO, STEVIA LE ALTERNATIVE NATURALI ALLO ZUCCHERO

di ***Piera Genta***

Sono un trend in aumento e stanno entrando a far parte della nostra quotidianità al pari dello zucchero classico. Molti sono antichissimi e molto conosciuti, altri sono recenti, altri ancora sono stati demonizzati. Sicuramente l'alternativa più naturale e quella più antica è il miele, radicato nelle nostre abitudini ben prima che arrivasse lo zucchero. È un alimento prodotto dalle api e vanta un gusto e una composizione interessanti. Costituito prevalentemente da glucosio e fruttosio, contiene anche potassio, ferro, calcio, fosforo, magnesio, rame, alcuni enzimi e anche delle vitamine (in particolare del gruppo B).

Il più antico è il miele, ma esistono molti altri dolcificanti naturali: melassa, stevia, fruttosio, malto, ma anche vari tipi di sciroppo: i più comuni sono quelli d'agave, di acero, di riso e di datteri

La melassa si ottiene come sottoprodotto della lavorazione dello zucchero. In commercio ne esistono varie tipologie. A seconda della matrice di partenza si trova: melassa di barbabietola, il cui impiego è riservato alla preparazione di mangimi per aninali e alla produzione del lievito di birra; melassa di canna, che trova impiego nella preparazione del rum.

Il fruttosio è uno zucchero semplice molto diffuso in natura negli alimenti come la frutta, il miele, e molti ortaggi come cipolle, zucchine o pomodori. A causa del suo sapore dolce, il fruttosio viene però estratto dall'amido di mais, concentrato e usato poi come dolcificante in molti prodotti.

La stevia viene ricavata dalle foglie essicate della pianta Stevia Rebaudiana Bertoni nativa delle montagne fra Paraguay e Brasile. Deve il suo nome al naturalista svizzero Antonio Bertoni che scoprì la foglia e al chimico paraguaiano Ovidio Rebaudi, il primo che riuscì a isolare le molecole saccarifere della pianta.

Il malto è un dolcificante naturale derivato dalla fermentazione dei cereali e contiene maltosio. Viene utilizzato per la produzione della birra, per la panificazione e pasticceria e per dolcificare al posto dello zucchero. Esistono diversi tipi di malti: quelli estratti da riso e orzo sono i più comuni, ma si trovano anche di frumento, di mais e più raramente di sorgo.

Veniva utilizzato fin dall'epoca azteca lo sciroppo d'agave o miele di Maguey, dolcificante naturale simile al miele. Si estrae dall'agave blu, Agave Tequiliana Weber, la stessa di cui si ricava per distillazione la tequila. Si tratta di un dolcificante che può essere utilizzato al posto dello zucchero perché non è aromatico.

Lo sciroppo d'acero è il dolcificante che gli Indiani del Canada ricavano intagliando la corteccia di una varietà d'acero. Non si tratta proprio di uno zucchero o dolcificante, ma è quasi considerato un "condimento" tanto è particolare e saporito. Ne esistono vari tipi che si differenziano sia per l'origine sia per il metodo di lavorazione.

Lo sciroppo di riso, detto anche miele di riso, non contiene glutine, si ottiene dai chicchi di riso integrale; di lenta assimilazione per questo viene usato come fonte energetica di lunga durata.

Lo sciroppo di datteri è uno dei più antichi dolcificanti disponibili. È un prodotto molto noto in Israele, Libano, Giordania, Siria, Libia. È molto difficile trovarlo fuori da questi Paesi. cod 82755

EXTRAVERGINE

NEL 2021 PERSI 300 MILIONI DI LITRI



di *Fausto Borella*

Per il settore olivifico italiano il 2021 è stato infausto. Gelate primaverili e incendi estivi hanno messo in ginocchio i coltivatori. Urgono buone pratiche per ripartire nel 2022 sotto un segno positivo.

Sotto il profilo olivicolo il 2021 è stato un anno infausto, soprattutto dal punto di vista quantitativo, a causa delle gelate primaverili e degli incendi estivi. Secondo i dati elaborati dalla Dg Agri, l'Italia ha perso il 27% dell'olio evo, con una produzione che si attesta intorno a 272.000 tonnellate, ovvero meno di 300 milioni di litri. Considerando che nel nostro paese c'è un consumo pro capite di 12 litri, va da sé che siamo una nazione che deve importare dagli altri paesi del Mediterraneo centinaia di milioni di litri di olio anonimo e di scarsa qualità.

Il "motore" è sempre il Sud d'Italia

È sempre il Sud il motore della produzione olivicola nazionale, con l'80% degli oliveti. La Puglia nel 2021 ha prodotto solo il 27% della produzione nazionale, a causa della Xylel-

la e delle gelate primaverili, seguita a ruota dalla Calabria che ha prodotto il 26%. La Sicilia è la terza regione con il 17% e la Campania il 6%.

Al Nord la produzione fa fatica a decollare

Il Nord, che rappresenta il Triveneto, il Friuli, la Liguria e l'Emila Romagna, nonostante l'esigua produzione di quest'anno, conta a livello nazionale, poco meno del 10%. La Toscana, che da decenni sembra la culla dell'olio extravergine italiano, a mala pena riesce a produrre il 4% dell'«oro verde» nazionale. Da questa fotografia un po' sbiadita, viene fuori che gli oli extravergine artigianali, quelli prodotti da coltivatori sparsi in tutto lo Stivale, che per dodici mesi l'anno si dannano la salute, per curare, potare, raccogliere, frangere e soprattutto pagare tutte le spese da sostenere, sono davvero poche migliaia di olivicoltori.

La difficoltà, vendere il prodotto a una cifra coerente

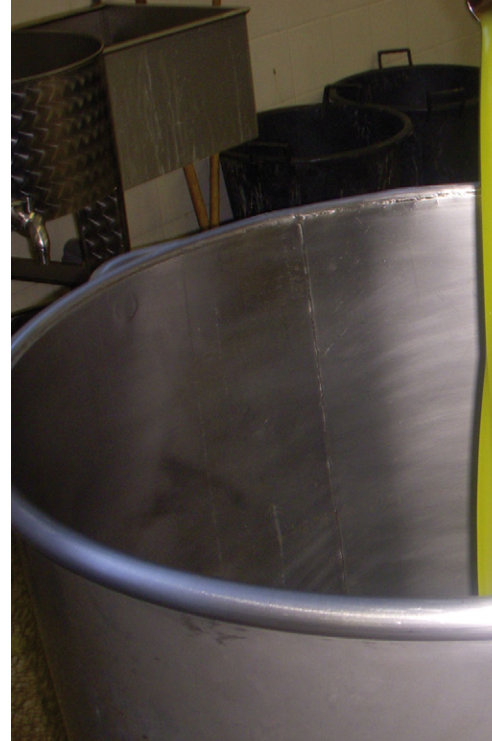
Perché in tutto questo conto, manca la voce più difficile e forse più costosa; vendere al consumatore l'olio a una cifra coerente, facendo comprendere la bontà dell'olio prodotto, che ogni anno cambia a secondo delle condizioni climatiche e di frangitura.

E allora che fare? Come far comprendere questa abissale differenza che c'è tra un olio anonimo, che magari parte da un porto africano o del Mediterraneo e arriva in un porto italiano, e da lì imbottigliato in una confezione anonima con un'etichetta che richiama vagamente un oliveto toscano o umbro? Non si può e non si deve acquistare un litro di olio evo che costa meno di 10 euro al litro. Poi, come succede da anni nel vino, per esempio, esistono varie fasce di prezzi, perché esistono diverse metodologie di produzioni. Solo con la consapevolezza di quali sono gli oli di altissima qualità, con un'altissima carica di polifenoli e vitamina E, il fruitore finale, potrà fare una scelta corretta e consapevole, costi quel che costi.

Ovviamente le guide, i corsi e i concorsi aiutano molto a capire qual è il trend giusto per scegliere un olio di qualità. Succede a volte però, che per interessi meramente economici, vengano premiate aziende industriali, che non meriterebbero neanche di essere denominate extravergine. Quindi l'unico strumento a disposizione di tutti, oltre al moto di indignazione che dovrebbe salire alto su tutti i mezzi social e internet, esiste la cultura della consapevolezza. Perché solo con la conoscenza, potremo sconfiggere l'ignoranza. cod 82880

Urge un 2022 di vera rinascita e ripartenza per il settore olivicolo, Covid permettendo. Anche perché il 2021 per il settore è stato infausto a causa delle gelate primaverili e degli incendi estivi



PASQUALE LA NOTTE, UNA VITA PER L'OLIO EXTRAVERGINE



di ***Renato Andreolassi***

Ha trasformato l'oro giallo nella più grande passione della sua vita, l'amore della vita. Un olio extra eccellente e salutare. **Pasquale La Notte** lo avevamo conosciuto a Toscolano Maderno, in provincia di Brescia (tramite le sue olive in salamoia) alla premiazione del concorso ''Leone d'Oro Mastri Oleari" ideato da un altro vulcano di idee e passioni per l'olio: Maria Paola Gabusi: «Fare l'olio buono -il suo motto - è raccontare i sogni».

Quantità e qualità come non si vedeva da anni

E Pasquale, uomo del Sud, esattamente di Trani (Bt), ha saputo coltivare e valorizzare un prodotto unico che porta tutto il calore e il sole delle Puglie, trasformando i sogni in realtà. Il tutto grazie a ulivi secolari. La produzione dello scorso anno, quella che mi ha inviato per gli assaggi è di una bontà unica, impareggiabile. Mentre al Nord, in particolare sul Garda causa clima pazzo e mosca olearia, la raccolta è stata quasi del tutto azzerata, in contrada Don Tito si esulta per quantità e qualità, come non si vedeva da anni.

«Dopo esattamente un mese - scrive Pasquale - ho concluso le operazioni di raccolta, trasformazione e confezionamento della produzione 2021, pronta per raggiungere i nostri clienti a partire dal 10 gennaio. Ho prodotto 3 tipi di olio che ho voluto etichettare, anche per non confonderli. Il primo è quello da anni ottenuto presso il frantoio Accademia Vinicola e Olearia Angarano di Trani che fornirò in BiB o lattine con etichetta "Don Tito": nome della via e contrada ove io abito tra olivi secolari. Poi "Raciuoppo" in bottiglie da 0,5 prodotto presso il frantoio Olio Mimi di Modugno (Ba) , ricavato dalle medesime olive con impianto di trasformazione Pieralisi (ultima generazione). Infine "Racemi" anche in bottiglie da 0,5 ricavato sempre a Modugno con impianto Mori: il massimo dell'eccellenza che lo scorso anno fu pluripremiato in ben 5 competizioni nazionali ed internazionali e che si appresta a partecipare ai più prestigiosi concorsi del mondo».

Le tecniche di frangitura sono completamente diverse, come i risultati ed anche i costi: gli ultimi due ricavati da drupe defogliate, lavate e con olio filtrato di qualità superiore e fuori dal comune, amaro e piccante in grande equilibrio con ottima armonia e persistenza.



Le differenze tra gli oli prodotti

La differenza tra un BiB lt. 5 di Don Tito e di Raciuoppo non è molta. «Il prossimo anno - annuncia l'olivicoltore pugliese - vorrei passare a questo tipo di olio di gran lunga superiore per qualità, fruttato e sapori. Ho costantemente elogiato la "Coratina", che considero la migliore delle cultivar italiane e straniere, per le sue qualità organolettiche e nutraceutiche ed esaltato le sue potenzialità superiori in assoluto. Se l'evo della Coratina è ottenuto con impianto tecnologicamente avanzato non ha rivali e vince ovunque: il Mori ha queste capacità. I costi di trasformazione sono alti sia per le modalità di raccolta e stoccaggio del prodotto (in cassette da 25 kg e non sul rimorchio del trattore), sia di molitura». Le olive, infatti, sono frantumate con martellone ed inverter per il controllo della temperatura della pasta in grado di abbassarla in caso di aumento per l'attrito. La gramolatura avviene a 19° per solo 12 minuti (negli impianti normali l'estrazione va dai 25°/26° sino ad oltre 32°/33° e per oltre un'ora per ottenere più olio) in assenza di ossigeno: ciò determina una resa di olio per quintali olive inferiore del 30% ma a vantaggio della qualità. I costi variano dai 14 ai 18 euro per bottiglia.


Pasquale La Notte

«Gustate - conclude La Notte - alcune bottiglie Racemi: un Evo indimenticabile, solo per il piacere e la gioia di estasiarsi con il massimo della pregiata "Coratina". Lascio alle spalle il 2021 con soddisfazione profonda e serenità, oltre ad una punta di orgoglio, per essere riuscito a portare a termine quella che sembrava (e lo è stata) una campagna olearia dalle mille asperità, con successo e grandi risultati».

cod 82962

Pasquale La Notte
Strada Don Tito I, 37 - 76125 Trani (BT) - Tel 0883 506522
www.olioracemi.it

PELLEGRINI SPA

UN 2021 DA RECORD: QUASI 20 MILIONI DI FATTURATO



Pietro Pellegrini

Pellegrini Spa, azienda bergamasca attiva nella distribuzione di vini e distillati di qualità dal 1904, chiude un 2021 da record facendo registrare numeri in crescita sia in termini di fatturato, che di nuovi inserimenti a catalogo. Dopo un 2020 chiuso in flessione del 28%, l'azienda di Cisano Bergamasco ha recuperato con un +58% rispetto al 2020 che ha spinto il fatturato a 19,8 milioni di euro. La crescita del 2021 supera del 29% anche l'ultimo dato pre pandemia.

«Il 2021 ha visto un'estate di ripresa per il canale Horeca - esordisce **Pietro Pellegrini**, presidente di Pellegrini Spa - questo ci ha aiutato a risollevare l'anno dopo i vari periodi di lockdown, ma a differenza di quanto successo nel 2020, la ripresa si è protratta anche in autunno con la conseguenza che diversi nostri prodotti, in particolare gli Champagne, si sono esauriti molto rapidamente, già a ottobre, persino prima di quanto accadeva in periodo pre Covid».

La crescita, che ha visto il numero di bottiglie vendute tornare a oltre 1,5 milioni, è stata trainata da una vera e propria impennata nelle vendite, in particolare nella categoria dei vini spumanti metodo tradizionale. Con lo scopo di rafforzare ancora di più la propria offerta, Pellegrini ha scelto di proporre nuove etichette inserendo a catalogo produttori in linea con la filosofia che lo contraddistingue da sempre: ricerca costante di prodotti di alta qualità e di realtà che producono vini esclusivamente con uve provenienti da vigneti di proprietà o condotti direttamente.

Tercic, un Collio d'eccezione



A San Floriano del Collio (Go), al confine nordorientale tra Italia e Slovenia, la famiglia Tercic produce vini da oltre un secolo. Le colline di questo comune godono dei benefici della bora e dei venti mediterranei di scirocco, più umidi e caldi. Per questo motivo San Floriano rappresenta una delle microzone più adatte alla viticoltura nel Collio. Negli oltre 9 ettari di vigneti di proprietà, la famiglia Tercic produce 6 tipologie di vino bianco e un vino rosso, tutti fortemente identitari dello stile del produttore e del territorio di provenienza.

Jean Velut, il nuovo Champagne che arriva dall'Aube



Tra le novità più attese c'è **Jean Velut**, "récoltant manipulant" di Montgueux, nell'Aube, zona meridionale della Champagne. Il terroir di Montgueux è immerso in un microclima che dona uno stile riconoscibile ai suoi Champagne; grazie al terreno gessoso e poroso, le uve Chardonnay hanno un'impronta golosa, matura, ricca ed elegante. Il momento chiave per le cuvée di Jean Velut è l'assemblage, un esercizio di equilibrio e stile che porta i vini a esprimersi pienamente solo dopo il lungo tempo necessario agli affinamenti in bottiglia. Partendo dalla cuvée base di Jean Velut, Première Temps, sono necessari almeno 30 mesi di attesa, il doppio del minimo previsto dal disciplinare dello Champagne.

Domaine Gueguen, nel cuore dello Chablis



Céline e **Frédéric Gueguen** sono cresciuti in questa zona delle Borgogna che dà vita ai bianchi più rinomati di Francia e - dopo aver lavorato insieme per circa 10 anni nell'azienda di Jean-Marc Brocard, di proprietà del padre di Céline - hanno dato vita a Domaine Gueguen. L'azienda, immersa nei vigneti di Chablis, è composta da 36 ettari vitati e i suoi vini sono pura espressione del territorio, frutto di un know-how artigianale che rappresenta la volontà di Céline e Frédéric di condividere il piacere del vino con semplicità e convivialità.

Due proposte dal Sudafrica: Mooiplaas e Rhebokskloof



Situata sulle colline di Stellenbosch che si affacciano su Cape Town, l'azienda Mooiplaas Wine Estate è una riserva naturale privata con oltre 100 ettari di vigneti coltivati con metodi tradizionali e tecniche artigianali dai fratelli Roos. Il winemaker **Louis Roos** si definisce un purista e utilizza solo i migliori grappoli dai migliori vigneti, con interferenze minime nel processo produttivo.

L'impronta tradizionale e la rinuncia all'utilizzo spinto della tecnologia in fase di vinificazione sono caratteristiche condivise anche da Rhebokskloof, tenuta situata nella storica Paarl Valley a est di Cape Town. La winemaker della cantina **Rolanie Lotz** lavora con l'obiettivo di esprimere l'unicità del terroir, preservando l'aroma e il carattere naturale fruttato dell'uva. cod 83588



Pellegrini Spa
via Mazzini 43 - 24034 Cisano Bergamasco (Bg) - Tel 035 781010
www.pellegrinispa.net



PRIME ALTURE
"LA CANTINA DI MILANO" DALLA VIGNA ALLA TAVOLA

Un progetto di vita. Un sogno che diventa realtà. La passione per il vino e per l'accoglienza. E ancora, la voglia di riscoprire un territorio, votato al dio Bacco, ma non ancora sulle bocche di tutti. Sono questi gli elementi che hanno spinto Roberto Lechiancole a investire nell'Oltrepò Pavese, terzo terroir al mondo per la produzione di Pinot Nero, al fine di produrre vini distintivi e con una profonda riconoscibilità del vitigno, in un processo di agricoltura biosostenibile a tutela del consumatore finale.

Vino e accoglienza sulle colline dell'Oltrepò

È il 2006 quando Prime Alture muove i primi passi all'interno delle realtà produttive del panorama vitivinicolo lombardo, raggiungendo subito il consenso degli estimatori enologici e affermandosi in pochi anni come cantina di rilievo del territorio. L'azienda, situata a 290 metri sul livello del mare, oggi ha un'estensione di 10 ettari e produce 50mila bottiglie, con vitigni a prevalenza di Pinot Nero e Chardonnay.

Roberto e il suo team, composto da Jean-François Coquard, enologo d'eccellenza del panorama italiano e francese, dal mastro di cantina Fausto

Viaggio in Oltrepò Pavese alla scoperta del Pinot Nero. Progetto di collaborazione con l'alta cucina per far diventare il vitigno simbolo della cantina Prime Alture il punto di riferimento dei milanesi amanti del vino



Comotti, l'agronomo Claudio Giorgi e il mastro potatore Claudio Brunelli, hanno dato vita a produzioni autentiche, riconoscibili e dal chiaro accento territoriale, con uve raccolte a mano in cassetta, pigiatura tempestiva e protezione dell'ossigeno dalla vigna all'imbottigliamento.

Ampia gamma di vini espressione del territorio

Il Pinot Nero, colonna portante nonché prodotto di eccellenza, si traduce in "Monsieur Pinot Noir", rosso di punta della maison che riposa in barrique per almeno 12 mesi, e "Bordo Bosco", con affinamento in acciaio. Gli amanti delle bollicine trovano un nuovo modo di apprezzare il metodo Classico grazie a "Io per Te", Pinot Nero Docg spumantizzato, affinato 36 mesi sui lieviti. Completano la gamma il nobile Merlot "L'altra metà del Cuore", il profumato e raffinato "Madame Chardonnay" con passaggio in legno, l'aromatico bianco "Sopra Riva" da uve Moscato e Chardonnay, fino ad arrivare al Merlot rosato "Sotto Campo", alla classica Bonarda e al Passito di Riesling e Moscato.

Il progetto "La Cantina di Milano"

Grazie a un instancabile lavoro commerciale dello stesso Roberto Lechiancole e alla collaborazione con AmbrosianaWines (agenzia per Milano e provincia), i vini di Prime Alture hanno conquistato i migliori chef del panorama lombardo e vantano posizioni di rilievo nelle carte di ristoranti stellati e non. Lontano dalle logiche della Gdo e dalle piattaforme di vendita online, oggi Prime Alture vuole arrivare al grande pubblico attraverso il progetto "La Cantina di Milano": Felice Lo Basso, Claudio Sadler, Tommaso Arrigoni, Manolo Teruzzi, Stefano Grandi, Andrea Provenzani e Giuseppe Postorino sono solo alcuni degli chef che diventeranno gli ambassador di un'iniziativa dove cucina e vino avranno un dialogo diretto, con la presentazione dei loro migliori piatti in abbinamento alle etichette della Winery.

L'obiettivo è far conoscere i vini in maniera tangibile, attraverso la veicolazione delle video ricette su mezzi online e offline, per offrire al pubblico finale una chiave di lettura nuova e diversa: l'Oltrepò Pavese è terra di ottimi vini di cui Prime Alture si fa portavoce, consegnando direttamente, senza minimi d'ordine e a temperatura di cantina. Dalla vigna alla tavola. cod 83511



Prime Alture Wine Resort
Strada Madonna 109 - 27095
Casteggio (Pv) - Tel 0383 83214
www.primealture.it



Il 2022 si è aperto con un'importante novità per il Gruppo vinicolo Santa Margherita. La sua consociata negli Stati Uniti ha ufficializzato l'acquisizione della maggioranza della tenuta americana in Oregon

IL GRUPPO SANTA MARGHERITA SI ESPANDE CON ROCO WINERY



Beniamino Garofalo e Gaetano Marzotto

Importante novità per il Gruppo vinicolo Santa Margherita che fa capo alla famiglia Marzotto (oltre 172 milioni di fatturato e 20,8 milioni di bottiglie prodotte prodotti nel 2020), ed è il terzo gruppo vinicolo italiano. Santa Margherita Usa, consociata e interamente controllata dal Gruppo vinicolo italiano ha ufficializzato l'acquisizione della maggioranza della tenuta americana Roco Winery in Oregon.

Consociata e interamente controllata da Santa Margherita Gruppo Vinicolo (appena qualche mese fa l'acquisizione di nuovi vigneti nella Maremma toscana), Santa Margherita Usa è una società di importazione e distribuzione di vini pregiati fondata a Miami nel 2014, con la mission di rappresentare aziende vinicole premium e ultra-premium sul mercato statunitense. A oggi sono oltre dieci i brand di fama nel suo portfolio, tra cui Santa Margherita, Ca' del Bosco, Masi, Kettmeir, Lamole di Lamole, Sassoregale, Torresella, Feudo Zirtari, Fattoria Sardi, Cà Maiol e Cantina Mesa. Oggi l'azienda si allarga con l'acquisizione della maggioranza della tenuta americana Roco Winery.

Il prestigioso passato di Roco Winery

Fondata nel 2001 da Rollin Soles e Corby Stonebraker-Soles, Roco Winery è situata nella regione vinicola di Willamette Valley, in Oregon. Sotto la

direzione agronomica ed enologica di Rollin Soles, Roco Winery produce una gamma completa di vini: spumanti, bianchi da uve Chardonnay e rossi da uve Pinot Noir. I vini Roco sono da sempre molto apprezzati da consumatori e critica: sono oltre 100 i punteggi superiori ai 90/100 ricevuti da importanti pubblicazioni solo nell'ultimo decennio.

La scelta: «Il vino dell'Oregon è fiorente»

«Il vino dell'Oregon è fiorente. Sapevamo di dover essere in prima linea in una delle regioni vinicole in più rapida ascesa negli Stati Uniti per la nostra prima acquisizione a livello internazionale», ha affermato **Beniamino Garofalo**, amministratore delegato di Santa Margherita Gruppo Vinicolo. «I valori di Roco Winery e di Santa Margherita Gruppo Vinicolo sono armoniosamente allineati, come il focus su terroir regionali e il rispetto per la terra e, in questo quadro, l'esperienza in loco di Rollin e Corby gioca un ruolo importante nella partnership». Scelta ribadita anche da **Gaetano Marzotto**, presidente di Santa Margherita Gruppo vinicolo. «La nostra affinità e ammirazione per gli Stati Uniti ha reso la ricerca della nostra prima azienda vinicola all'estero una scelta naturale - ha spiegato - Il mercato statunitense è molto dinamico e noi crediamo nella qualità dei vini dell'Oregon, in particolare nella regione di Willamette Valley».

«Siamo entusiasti di entrare a far parte della famiglia Santa Margherita Usa e di restare nel futuro di Roco Winery. Questa nuova partnership ci consentirà di continuare a produrre vini che siano una vera espressione del loro territorio», ha affermato **Rollin Soles**, Fondatore e winemaker di Roco Winery. cod 82920

DÉJÀ BÙ

TORRE ROSAZZA IN BIANCO E IN ROSSO

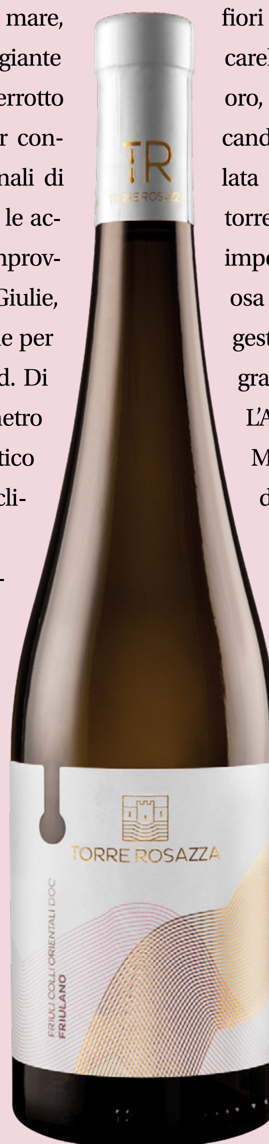


di *Guido Ricciarelli*

Punto di riferimento friulano per dimensioni (110 ettari vitati per 300mila bottiglie prodotte), Torre Rosazza, di proprietà di Genagricola, dispone di vigneti che affondano le radici in terreni composti da marne e arenarie. Situati tra i 100 e i 250 metri sul livello del mare, assecondando l'ondeggiante paesaggio collinare interrotto solo da terrazzamenti per contenere il terreno e da canali di drenaggio per far defluire le acque dalle precipitazioni improvvise. Alle spalle le Prealpi Giulie, che fungono da protezione per le freddi correnti del Nord. Di fronte, a qualche chilometro di distanza, anche l'Adriatico contribuisce a mitigare il clima della zona.

In questo quadro, l'obiettivo ambizioso è quello di creare vini emozionanti che sappiano trasmettere il senso del territorio. Obiettivo centrato stando alla bontà delle etichette che andiamo subito a raccontare.

Il Friulano, emblema enologico della Regione, è il vino autoctono più diffuso del Friuli. Si presenta con l'annata 2019 di un color oro intarsiato di verde. Intenso il naso, ricorda la ginestra, i fiori gialli di campo, la peonia, la mandorla fresca e la susina gialla. Avvolgente e vellutato, ma anche fresco e sapido. Ottimo il bilanciamento tra freschezza e morbidezza e si impreziosisce di una sfumatura minerale che lo rende particolarmente intrigante. Solo acciaio.



Il Pinot Grigio 2019, integralmente frutto di questa varietà, è uno dei fiori all'occhiello di Luca Zuccarello. Paglierino con riverberi oro, schiude profumi di ananas candito, pesca gialla, marmellata di agrumi, mimosa e note torrefatte. Approccio polposo e impegnativo, sviluppato su briosa sapidità minerale, alcol ben gestito e anima fumé ben integrata. Solo acciaio.

L'Altromerlot 2017, un 100% Merlot, ha un impatto visivo di un rubino luminoso. Al naso confettura di more, cenni vegetali, bacche di ginepro e cioccolato. Al sorso si uniscono toni di caffè verde, talco, frutti neri, eucalipto. E ancora folate balsamiche con sentori di rosa appassita, humus, spezie dolci e vaniglia. Pieno e vellutato al gusto, ha tannino elegante e lunga persistenza coerente. Degna chiusura di una degustazione eccellente.

cod 82751

BARONE MONTALTO, VITICOLTORI IN UNA TERRA FORTE E LEGGENDARIA



di *Andrea Lupini*



La Sicilia è una terra unica. La sua posizione strategica, al centro del Mediterraneo, e i suoi paesaggi così diversi l'hanno resa una terra di conquista per tantissime popolazioni. Ogni popolo insediatosi ha lasciato qualcosa a questa terra che oggi vive di innumerevoli tradizioni. Testimonianze vere, che resistono al tempo e che si lasciano ammirare ogni giorno di più. In Sicilia ogni evento ha una storia alle spalle. Le tradizioni sono millenarie e sono frutto di tante contaminazioni. Il clima e la natura e l'esperienza dei viticoltori la rendono un luogo unico per la coltivazione della vite. Non a caso è la regione vitivinicola più importante d'Italia.

Barone Montalto si occupa della gestione di circa 400 ettari di vigneti, parte dei quali di proprietà. La restante parte è soggetta ai "protocolli di qualità Montalto" grazie ai quali si controlla e si garantisce la qualità dell'uva conferita, confermando una crescita qualitativa durante gli anni. Gran parte dei vigneti si trova nel cuore della Valle del Belice, nei pressi di Santa Ninfa (Tp). Gli altri vigneti si trovano in provincia di Agrigento, nella Valle dei Templi, e a Noto (Sr), nella parte sud-occidentale dell'isola.

Passione costante per il vino

Un territorio storico ma anche ideale per la coltivazione della vite in cui si trova anche la cantina di vinificazione. Barone Montalto nasce nel 2000 proprio a Santa Ninfa, in provincia di Trapani. La costante passione dedicata al mondo del vino è sempre stata l'aspetto trainante del loro progetto. I vini Montalto provengono dalla grande tradizione unita a un carattere giovane. Barone Montalto è cresciuta negli anni. Fare vino è un'arte nobile e antica. Per raggiungere questo obiettivo hanno creato una squadra giovane, guidata dalla passione per la terra e il rispetto delle tradizioni, ma anche aperta alle innovazioni.

Nella "Collezione di Famiglia" scopriamo lo Zibibbo Terre Siciliane Igt, dal colore paglierino attraversato da sfumature verdi e dal sapore gradevole, caratteristico. Al palato risulta armonico e morbido; ottimo con funghi fritti e carni bianche. A fianco di questo bianco semiaromatico troviamo il Syrah Terre Siciliane Igt, un rosso violaceo molto intenso. Aroma evidenti di violetta e ribes arricchiti da note di liquirizia e pepe nero. Al palato è pieno e i tannini sono armonici e ben integrati con un finale piacevolmente tostato e speziato. Ideale con formaggi stagionati, funghi trifolati, selvaggina con salse saporite.

cod 83279

Barone Montalto
S.S.188 Km 45.500 - 91029 Santa Ninfa (Tp) - Tel 0543 781233
www.baronemontalto.wine







Annabella Pascale

TENUTA DI ARTIMINO

A DIECI ANNI DALLA "RIVOLUZIONE" ECCO I PRIMI RICONOSCIMENTI

Era il 2012 quando la famiglia Olmo, con l'arrivo della terza generazione, dopo un impegnativo e costoso carico sul fronte della riorganizzazione dell'accoglienza della storica Tenuta di Artimino composta da Villa la Ferdinanda location per eventi patrimonio dell'Unesco (dove Italia a Tavola ha organizzato l'evento di premiazione del "Personaggio dell'anno" nel 2019), l'Hotel 4 stelle Paggeria Medicea, gli appartamenti nel borgo e il ristorante Biagio Pignatta, decideva di intraprendere un importante lavoro di riqualificazione della Tenuta anche sul piano viti-vinicolo. Francesco Spotorno Olmo viene incaricato dell'aspetto amministrativo, mentre **Annabella Pascale** di quello produttivo, commerciale e di immagine.

Annabella è appassionata di vino e sa che l'azienda ha bisogno prima di tutto di qualcuno che porti gli 80 ettari di vigneto a dare uve di altissima qualità. Il primo passo è quello di assumere un direttore agronomico di esperienza. Alessandro Matteoli dà infatti subito il via ai reimpianti e alla gestione più accurata dei migliori vigneti. Oggi l'azienda conta su circa 65 ettari in piena produzione (tra Carmignano e Chianti Montalbano) dove, a seguito di zonazione dei terreni e selezione massale delle viti, sono impiantati in prevalenza Sangiovese e Cabernet e in misura minore Merlot e Syrah. Ma non manca qualche ettaro di vitigni a bacca bianca come il Sauvignon, il Resling, lo Chardonnay e il Trebbiano.

Secondo passo quello della cantina e nel 2015 inizia la collaborazione con un enologo consulente. Filippo Paoletti, grande conoscitore del Sangiovese, per il quale chiede il miglioramento del parco botti con l'aumento del legno di media grandezza (35Hl) oltre ad alcune attrezzature per la vinificazione, ma soprattutto inizia un proficuo lavoro di collaborazione con l'agronomo. Annabella Pascale ha le idee chiare sul tipo di Carmignano che vuole: eleganza e riconoscibilità. Già con il 2015 di Poggilarca e Grumarello l'azienda ottiene risultati incoraggianti, ma è che con il 2016 che si raccolgono i veri frutti. cod 83088



Tenuta di Artimino
via La Nave 11 - 59015 Carmignano (Po) - Tel 055 875141
www.artiminowines.com



AGLIANICO DEL VULTURE BALIAGGIO
UN VINO DALLO STILE MODERNO

«A fianco dell'Italia che tutto il mondo conosce, esiste, quando ci si inoltra nell'estremo meridionale, una seconda Italia, sconosciuta, che non è meno interessante dell'altra, né inferiore per bellezza di paesaggi e grandezza di ricordi storici». Parole sulla Basilicata di François Lenormant, che così la descrisse dopo il suo viaggio in Italia del 1858. Descrizione che sembra ancora attuale: una regione fuori dal tempo, oggi più conosciuta grazie al cinema o a Matera Capitale europea della cultura 2019. Un territorio aspro, prevalentemente montuoso, dove la coltivazione della vite è a dir poco difficoltosa, una delle ragioni per cui conta solo circa 4.500 ettari vitati. Eppure, in questo piccolo areale vinicolo, nel comprensorio del Vulture, antico vulcano spento, ha trovato il suo habitat naturale una perla ben conosciuta agli appassionati di vino: l'Aglianico del Vulture.



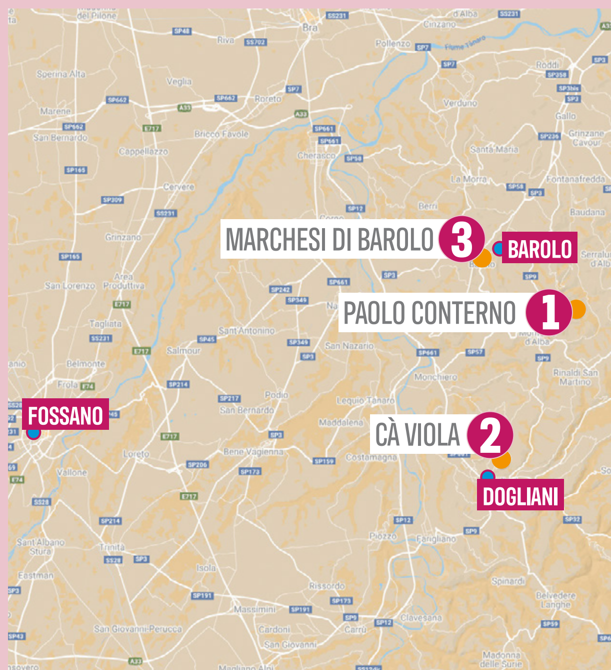
L'Aglianico del Vulture Dop Baliaggio 2019 di Cantina di Venosa ha un colore rosso rubino intenso, poco trasparente e denso. Impatto olfattivo dominato da note fruttate di prugna e amarena; seguono note di spezie dolci come vaniglia e cannella che non soverchiano il frutto. Al palato è un vino dallo stile moderno, molto piacevole e facile da bere. Il sorso è caldo con una buona componente acida e salina in un contesto tannico ben bilanciato nel quale anche l'alcolicità è perfettamente amalgamata. In cucina è il classico vino da arrosti, primi piatti saporiti, cacciagione e formaggi a pasta dura. Da servire a 16-18°C in calici ampi per gustarlo al meglio.

Prodotto con uve Aglianico 100% allevate a spalliera con una densità di 3.500 piante per ettaro. I vigneti hanno un'età compresa tra i 10 e i 30 anni e si trovano ad un'altitudine i 450-500 metri slm nella parte nordorientale della provincia di Potenza, delimitata dal disciplinare di produzione che comprende il territorio di 15 Comuni. L'uva raccolta a mano nelle prime ore del mattino viene trasportata in casse da 12-15 kg in cantina dove viene pigiata e diraspata, quindi trasferita in piccoli fermentini e sottoposta a macerazione pellicolare con inoculo di lieviti selezionati a temperatura controllata da 23 a 26°C per circa 8 giorni. Il completamento della fermentazione alcolica e malolattica avviene in serbatoi isotermici inox. Poi il vino viene affinato in botti di rovere di slavonia per circa 12 mesi, quindi filtrato ed imbottigliato a freddo. cod 83647

Cantina di Venosa
via Appia 86 - 85029 Venosa (Pz)
Tel 0972 36702
www.cantinadivenosa.it



di ***Eros Teboni***
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018



Alcuni vini nel 2021 sono riusciti a sorprendermi, vini che non avevo mai provato. Devo dire che in molti casi sono rimasto stupefatto. Alcuni di questi vini li ho degustati e ridegustati alla cieca, come d'altronde è mia abitudine fare per la gran parte dei miei assaggi. La bellezza e il fascino di questo mondo, quello del vino, risiedono proprio in questi momenti, legati alla scoperta di nuovi prodotti, al piacere di conoscere nuove realtà e approfondire territori che magari non si conoscevano ancora a fondo. Proprio per questo bisogna cercare di mantenere una mente aperta, pronta ad imparare e a lasciarsi guidare nell'apprendimento. Degustare senza paraocchi e senza pregiudizi. cod 83199

*I piatti sono di **Matthias Kirchler**, cuoco del ristorante "1964" dell'Amonti & Lunaris Wellnessresort a Cadipietra (Bz)*

L'ITALIA DEL VINO

TRE PIACEVOLI SCOPERTE NEL BAROLO





1 BAROLO GINESTRA RISERVA 2014 PAOLO CONTERNO

Era il 2019 quando per la prima volta assaggiai al Ristorante Bovio a La Morra (Cn) l'annata 2011 di questo Barolo: fui subito colpito dall'eleganza e dalla dolcezza del suo corpo. Per quanto riguarda l'annata 2014 invece, ho avuto occasione poco tempo fa di riassaggiarla durante le batterie di degustazione di "Eros Teboni - The Wine Journal", dove mi segnai un appunto: «Controllare nome e produttore», questo perché naturalmente degustando alla cieca non riuscii a capire esattamente da che parte del Piemonte potesse arrivare. Nel momento in cui la mia assistente mi portò la lista, mostrandomi il nome del Barolo, pensai tra me e me come il vino sia tuttora incredibile anche essendo di un'annata particolare come la 2014. Ci si potrebbe aspettare un vino scarico, con poco corpo, poca polpa, invece la concentrazione di questo 2014 è buona, non intensissima ma comunque di livello, infatti la frutta si riesce a percepire bene, anche grazie al sostegno dai 15° vol. che riescono ad incrementare bene il corpo del vino durante l'entrata nel palato. Sicuramente un vino più corto rispetto alla 2011, che da come ricordo, mi lasciò un palato più carico di frutta sul finale, qua invece si può parlare di un finale tendente al fiore, viola, ginepro, accompagnato da una finissima punta verde che slancia il vino e fa aumentare la salivazione. Assolutamente da provare.





2 BAROLO RISERVA SOTTOCASTELLO DI NOVELLO 2013 CÀ VIOLA

La prima annata di Riserva per Cà Viola è stata proprio questa 2013. Nel 2021 ho avuto occasione di assaggiare questo vino quattro volte e sono riuscito a farmi un'idea abbastanza complessa di come questo prodotto si presenti e di come possa evolvere. Durante il primo di questi assaggi il vino era tendenzialmente chiuso, molto complesso da bere. Avevamo nel bicchiere un grande vino, ma aveva bisogno di bottiglia. Infatti, durante gli assaggi successivi, fatti diversi mesi dopo, la frutta di questo Barolo si presentava più compatta, definita, croccante, i profumi più delineati e un finale più pulito e omogeneo. L'ultimo di questi quattro assaggi è stato fatto a fine novembre, quando assieme a dei colleghi ho deciso di condividere una delle ultime bottiglie rimaste per sentire altri punti di vista. Devo dire che dopo circa un ulteriore anno di maturazione in bottiglia (per un Barolo è poco, lo sappiamo, ma durante i primi anni i cambiamenti sono rapidi e frequenti, proprio per far assestare il vino e prepararlo alla maturazione), sono rimasto veramente colpito dalla finezza di questo Nebbiolo, minerale e con una leggera punta di sapidità nella fase iniziale d'assaggio, in grado di aumentare la bevibilità del vino creando un interessante gioco di contrasto tra la dolcezza e la salinità.

3 BAROLO RISERVA 1947 MARCHESI DI BAROLO





Non si ha spesso la possibilità di assaggiare un vino che ha vissuto e scritto la storia come questo. Quando si dice che il Barolo ha bisogno di tempo si ha spesso ragione. La maturazione di questo Barolo, durata ben 74 lunghi anni, ha portato dei risultati incredibili. La prima sorpresa è stata il colore: note ambrate ovviamente presenti, ma con un centro bicchiere ancora rosso rubino. Naso ricco di profumi terziari, accompagnati da una nota di ciliegia disidratata e una prugna surmatura quasi sotto spirito che legata ai sentori di legno, di pelle e di fiore disidratato hanno arricchito lo spettro aromatico intensificandolo e arrotondandolo, aggiungendogli spessore e complessità. A livello degustativo sarebbe riduttivo descrivere il vino come elegante, piuttosto dovrebbe essere preso come esempio per la descrizione di eleganza in questo ambito. Il corpo del vino, legato all'acidità, ad una leggera percezione tannica assieme ad un mix di note aromatiche che vanno a ricoprire un'infinità di profumi, dai fiori d'arancia al lampone di bosco, si legano in un connubio perfetto, fine e infinito, che va ad esplodere nel palato lasciando la bocca con un finale fresco e croccante. Penso che questo vino sia la miglior espressione di Barolo maturo che fino ad ora ho avuto la fortuna di assaggiare.

RIPARTIAMO DAL VINO

Per affrontare con positività e lo sguardo rivolto al futuro la situazione attuale, cercando di lasciarci alle spalle il Covid-19, l'head sommelier del ristorante Terrazza Gallia di Milano, ***Paolo Porfidio****, vincitore del Premio Italia a Tavola-Personaggio dell'anno 2019, nella categoria Sala e Hotel, prosegue su* ***www.italiaatavola.net*** *la video-rubrica dedicata ad alcune eccellenze del panorama vinicolo italiano. In queste pagine proponiamo la sintesi di alcune fra le più recenti video-degustazioni.*



Abruzzo Doc "Giocheremo con i fiori" 2020 - Torre dei Beati



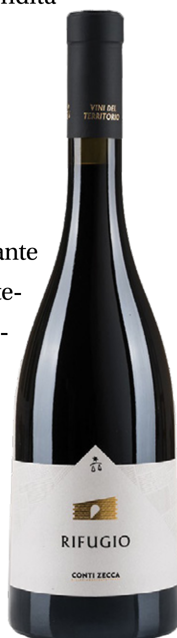
Le uve, selezionate con raccolta scalare in cassette da venti chili, vengono immediatamente portate in cantina e, prima della lavorazione, vengono sottoposte a ulteriore cernita sul tavolo di scelta. È giallo paglierino con leggeri riflessi dorati, denso nel bicchiere. Elegante il naso, di agrumi e fiori bianchi, arrotondato da note mielate ma vibrante di caratteristici richiami officinali. Entra in bocca morbido, subito sostenuto da una succosa reazione degli acidi e da una nervosa mineralità, che creano un ottimo bilanciamento spostato verso l'alto e contribuiscono ad un finale di lunga e stimolante persistenza. Si abbina a piatti intensi a tendenza cremosa o grassa, come risotti, gnocchi con salsa ai formaggi, frittura di paranza. cod 83167

Primiter Salento Primitivo Igp 2019 Michele Calò & Figli



Il nome deriva dal latino e significa "primativamente", prima scelta. Le uve (100% Primitivo) crescono su terra rossa e argillosa e vengono raccolte manualmente nell'ultima decade di agosto, dopo un lieve appassimento sulla pianta. La produzione media per ettaro è di circa 70 quintali. La vinificazione è di tipo tradizionale, con lunga macerazione sulle bucce, 10-12 giorni a seconda dell'annata, e svinatura con notevole intensità di colore e profumi. Terminate le operazioni di vendemmia, l'affinamento iniziale avviene per il 60% in acciaio inox e per il restante 40% in piccoli carati di rovere pregiato per 12 mesi. Successivamente avviene l'assemblaggio. Dopo un periodo di riposo il vino viene messo in bottiglia e posto in vendita dopo 6 mesi di affinamento. cod 82589

Primitivo Salento Igp Rifugio 2019 Conti Zecca



Questo vino prende il nome da un nascondiglio sotterraneo dove, durante le scorribande dei Saraceni, trovavano riparo gli abitanti del luogo. L'intero podere prese proprio il nome di Rifugio, che oggi è una zona particolarmente vocata alla coltivazione di pregiate uve di Primitivo. Il terreno della vigna Saraceni è prevalentemente calcareo, di colore molto chiaro, anche se all'interno dei 7,80 ettari selezionati si notano alcune zone con una colorazione che tende al rosso, causata dalla presenza di ossidi di ferro. La matrice calcarea rende possibile coltivare con ottimi risultati il Primitivo grazie al suolo che riesce a sostenerne lo sviluppo al meglio. cod 82385



MISCELE PER FRITTURA E TEMPURA DUE NUOVE ALLEATE NELLE CUCINE PROFESSIONALI





Miscela Professionale per FRITTURA

Un mix appositamente studiato per facilitare l'aderenza della farina al prodotto e formare una copertura omogenea, leggera e croccante.

Miscela Professionale per TEMPURA

Un mix realizzato per ottenere una tempura gonfia, dorata, croccante e leggera, grazie alla farina di riso che fa assorbire meno olio e agli agenti lievitanti che conferiscono maggiore volume alla pastella.

Entrambe le referenze offrono al professionista diversi vantaggi: la praticità di miscele pronte all'uso e facilissime da impiegare, formulate sulla base dell'expertise maturata in un secolo di lavorazione delle farine e sull'incessante attività di ricerca e sviluppo che caratterizza da sempre Molino Spadoni.

www.molinospadoni.it - Seguici su:

VALCALEPIO, PROMUOVERE IL TERRITORIO ATTRAVERSO LE COLLABORAZIONI

di ***Giorgio Lazzari***

La Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca è un'associazione in continua crescita e prosegue la sua opera di aggregazione di enti pubblici, aziende private, associazioni e scuole. "La Satira a Tavola" è l'iniziativa organizzata in vista di Bergamo e Brescia Capitali della Cultura 2023, in collaborazione con il Fondo Paolo Moretti e l'azienda Grifal, con il contributo della Camera di commercio di Bergamo. La mostra, composta da 24 immagini, è stata realizzata per la prima volta con materiali ecosostenibili e brevettati da Grifal. L'inaugurazione si è tenuta al Kilometro Rosso di Bergamo, sede della prima tappa del progetto itinerante, che nei prossimi mesi sarà ospitato in diverse location.

L'assessore regionale all'Agricoltura, alimentazione e sistemi verdi, **Fabio Rolfi**, ha sottolineato che «la strada del vino sta facendo un grande lavoro nell'interesse di tutto il territorio, con una crescita costante e tante iniziative organizzate, con uno sguardo in prospettiva alla Capitale della Cultura Bergamo-Brescia 2023».

Presenti al vernissage, moderato dal giornalista Giorgio Lazzari, il presidente della Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca Enrico Rota, il segretario generale della Camera di commercio di Bergamo Maria Paola Esposito, il consigliere segretario dell'ufficio di presidenza di Regione Lombardia Giovanni Malanchini, il consigliere provinciale con delega al Turismo Claudio Bolandrini, il consigliere delegato dal Comune di Bergamo Robi Amaddeo e il presidente di Sacbo Giovanni Sanga, oltre a numerosi sindaci e rappresentanti di associazioni e aziende associate. Cibo, cultura e tecnologia green rappresentano un'unione vincente per la promozione del territorio bergamasco. «Abbiamo creato una grande iniziativa, in partnership con la Strada del Vino Valcalepio e dei Sapori della Bergamasca», commenta **Giulia Gritti**, direttore marketing di Grifal. «Lavoriamo da anni nel settore del packaging ed è stata una grande intuizione utilizzare i nostri prodotti per realizzare i pannelli della mostra».

"La Satira a Tavola", mostra di 24 opere organizzata in vista di Bergamo e Brescia Capitali della Cultura 2023, è stata realizzata per la prima volta con materiali ecosostenibili e brevettati da Grifal



Da sinistra: Giovanni Malanchini, Paolo Moretti, Giorgio Lazzari, Maria Paola Esposito, Enrico Rota, Giulia Gritti, Bruno Gritti, Roberta Gritti e Fabio Rolfi

"La Satira a Tavola", dopo aver esposto le opere presso il Kilometro Rosso, si è spostata al centro commerciale Le Due Torri di Stezzano (Bg) e nei prossimi mesi verrà ospitata da numerosi enti e istituzioni. «Le 24 vignette - commenta il curatore **Paolo Moretti** - raccontano con ironia, attraverso il tema del cibo, alcuni episodi della storia presente e passata».

cod 83237

BEN...BEVUTI AL SUD

"QUAD'Ì", IL SYRAH PREGEVOLE DI DAIDONE VINI



di ***Gianni Paternò***

Siamo a Camporeale (Pa), terra di agricoltori, vignaioli specialmente. In piena Doc Monreale dove i vitigni principali sono Syrah e Catarratto. Il Syrah ormai nel territorio si trova come a casa propria, vien fuori benissimo, tanto che Camporeale ormai è diventata famosa proprio per questo Rosso. Il Catarratto, ormai lo conoscono tutti in quanto costituisce l'autoctono isolano più diffuso e fa a gara col Syrah a chi fa il vino migliore nel monrealese.

In questo territorio dolcemente collinare, nella Valle di Curbici, a 3 km dall'abitato, la famiglia Martorana-Daidone dai primi del 900 coltiva una tenuta di 20 ha di cui 18 a vigneti reimpiantati a partire dal 2008, aggiungendo anche Viognier e Chardonnay. L'attuale proprietario è Agostino Daidone che si dedica alla campagna mentre il genero Emanuele Maenza si dedica alla vendita. Conduzione biologica certificata, lavorazioni a mano, competenza in campagna e, non avendo ancora cantina, vinificano in una vicina seguiti dal bravo enologo Nicola Colomba.



Confezionano i vini dalla vendemmia 2019 in due etichette: Quad'ì Syrah e Murabiti Catarratto, entrambi Terre Siciliane Igt, ancora poche bottiglie. Il resto delle uve è conferito. I vini Daidone per "mission" devono essere di facile e pronta beva, piacevoli, non impegnati, dal corretto prezzo.

Degustiamo l'annata 2019 del Quad'ì, vinificato e affinato in acciaio, dal colore rubino; un naso interessante che inizia vegetale e prendendo aria fa capolino la frutta rossa, poi le spezie dove spiccano il pepe e la liquirizia; al palato bei tannini morbidi che si affiancano ad una giusta acidità in un insieme armonioso e fragrante, discretamente lungo. Vino da carne e da salumi. Prezzo in enoteca 12 euro.

cod 83136

UN VITIGNO AL MESE

PREMETTA, VITIGNO VALDOSTANO DI BUONA ACIDITÀ E ADATTO ALLA SPUMANTIZZAZIONE

di ***Piera Genta***

Il Premetta è un vitigno autoctono della Valle d'Aosta, conosciuto anche con il nome di Prié rouge o Neblou. Venne descritto per la prima volta nel saggio sulle viti e sui vini della Valle d'Aosta del 1836 dal medico canavesano Lorenzo Francesco Gatta, appassionato ricercatore in campo agrario, come un'uva ad acini grossi, succosi, colorati di rosso corallo scuro e dal gusto scipito e sciocco. Prié rouge, come suggerisce il nome, è un vitigno imparentato con il Prié blanc, oltre che con il Roussin de Morgex ed il Mayolet, ed era coltivato esclusivamente nella zona tra Aosta e Avise con una relativa concentrazione nei vecchi vigneti ad Aymavilles.

Autori successivi ne descrissero la presenza in altre zone della media valle e gli attribuirono una duplice attitudine, considerandola una buona uva da tavola e da fare appassire per ottenere dei buoni vini di lunga conservazione. Il vino ha un colore rosa corallo con note fruttate (lamponi) e floreali (rosa canina), in bocca ha una buona acidità che lo rende adatto alla spumantizzazione, è poco alcolico ma caratterizzato da un tannino ben marcato che viene arrotondato con brevi affinamenti. Si abbina a polenta, gnocchi, cotoletta alla valdostana, selvaggina, salumi e formaggi tipici quali, ad esempio, la fontina. È uva base di numerosi vini rossi Valle d'Aosta Doc tra cui per il 70% Chambave, per l'85% Enfer d'Arvier, per il 30% Nus e per il 70% Torrette.

cod 82272

BOLLICINE... CHE PASSIONE

ENROSADIRA, NUOVO ROSÉ BRUT DI RUGGERI

di ***Piera Genta***

Romantico il nome, "diventare di colore rosa" (da un termine ladino, lingua ancora molto parlata in Val di Fassa e in altre zone dolomitiche), come quella magia che si ripete all'alba e al tramonto quando i raggi del sole accarezzano le cime delle Dolomiti e le colorano di rosso. L'ultimo nato in casa Ruggeri, inserito nella linea Le Selezioni, è uno spumante 100% Pinot nero vinificato con il metodo Charmat secondo lo storico metodo applicato dall'azienda, che prevede un affinamento prolungato in autoclave con una successiva sosta sui lieviti di minimo 6 mesi che gli conferisce una profondità sorprendente.

Un bicchiere che si esprime con un rosato luminoso ed un'effervescenza fine di catenelle armoniose e durevoli. Delicate note di melagrana, ribes e mousse alla fragola che si legano ai toni dei fiori della peonia e della rosa e ai rintocchi balsamici della mentuccia. Complesso, armonico con un finale lungo ed avvolgente. La spiccata personalità e l'elegante espressione ne fanno uno spumante versatile e moderno da godere come aperitivo e a tutto pasto, particolarmente versatile negli abbinamenti: da un crudo di pesce fino alla pizza.

Enrosadira viene presentato in un elegante cofanetto, un regalo speciale per accompagnare gli innamorati nel loro brindisi di San Valentino. cod 83205



LA RISCOSSA DELL'ASTI. VOLANO SPUMANTE E MOSCATO OLTRE 102 MILIONI DI BOTTIGLIE

È stato sicuramente un 2021 da ricordare quello dell'Asti Docg, che nonostante le difficoltà della situazione globale, chiude l'anno con numeri importanti che fanno ben sperare per il futuro: oltre 102 milioni di bottiglie prodotte, con un incremento dell'11% rispetto al 2020. La crescita a doppia a cifra ha riguardato sia il Moscato d'Asti (+ 10%) che l'Asti Spumante (+ 12%), le bollicine aromatiche piemontesi più apprezzate nel mondo. **Lorenzo Barbero**, presidente del Consorzio per la tutela dell'Asti Docg ha commentato: «La chiusura dell'anno è stata molto positiva per entrambe le tipologie della nostra Denominazione. Questi numeri testimoniano la bontà del lavoro svolto insieme ai produttori del territorio e alle aziende consorziate e ci spronano a fare sempre meglio».
Tra le novità di questo inizio anno c'è anche l'approvazione in via definitiva da parte del ministero delle Politiche agricole alimentari e forestali, della richiesta di modifica del Disciplinare della Docg dei vini Asti. La più «visibile» è sicuramente quella che fa diventare il logo del Consorzio il marchio collettivo della denominazione: l'immagine di San Secondo, Santo Patrono di Asti e figura centrale del marchio consortile, apparirà quindi anche sulle fascette Docg applicate sulle bottiglie. cod 83039

WARSTEINER
LA BIRRA TEDESCA CHE INNOVA NELL'HORECA

Warsteiner Italia è la filiale italiana della storica azienda nata nel 1753 in Germania, tra le più note e grandi birrerie private tedesche. L'azienda gestita dalla famiglia Cramer da nove generazioni produce birra secondo i più alti standard qualitativi. Nota per la produzione di Premium Pils tedesche, nel corso degli anni si è ingrandita ed ha arricchito il portfolio con nuovi marchi, aumentando la sua offerta e diversificando i prodotti: ora il gruppo Warsteiner è tra i leader del settore beverage nel segmento birra a livello tedesco e internazionale, presente in oltre 50 Paesi su tutti i cinque continenti.

Warsteiner Italia, il cui core-business è il canale Horeca, è fortemente impegnata nell'ideare progetti innovativi in termini di prodotto e servizi, mettendo in campo strumenti ad hoc per i suoi clienti: tra i prodotti c'è Brewers Gold, birra speciale lanciata proprio in esclusiva per l'Horeca, e nei servizi Warsteiner Lovers, piattaforma innovativa "drive to store" ideata per mettere in comunicazione utenti B2B e B2C. Oltre all'importanza dell'innovazione in campo produttivo e tecnologico, Warsteiner Italia rinnova il suo sostegno alle fiere di settore partecipando a Beer&Food Attraction di Rimini e Hospitality di Riva del Garda (Tn). cod 83104



Warsteiner Italia
via Monte Pastello 26 - 37057
San Giovanni Lupatoto (Vr)
Tel 045 8772711
www.warsteiner.it

WARSTEINER BREWERS GOLD

Prodotta con acqua, malto d'orzo, luppolo, estratto di luppolo e lievito, con una gradazione alcolica di 5,2% vol., Brewers Gold è una specialità lager non filtrata, ambrata, realizzata nel rispetto dell'Editto della purezza come da tradizione Warsteiner. È una birra caratterizzata dal luppolo Brewers Gold, preziosissimo luppolo autoctono europeo, che le conferisce note floreali, speziate e di ribes nero. Il grado di amarezza è bilanciato e si abbina perfettamente alle note di caramello e miele conferite dai malti Münchener e Pilsner. Il risultato è una specialità con la grande bevibilità tipica di una lager, ma impreziosita da note più sofisticate, capaci di sorprendere anche i palati più ricercati.
È un prodotto nuovo e innovativo per il mercato delle lager tedesche che Warsteiner Italia ha deciso di lanciare in esclusiva per il settore Horeca. Il lancio strategico è stato effettuato in piena pandemia, un periodo di forte pressione per il settore dell'ospitalità e del fuori casa, a conferma del sostegno che Warsteiner Italia dimostra nei confronti dei propri partner e clienti.



LUIGI RECCHIUTI DI OPPERBACCO MIGLIOR BIRRAIO 2021

Dopo anni in cui il premio era finito alla nuova generazione di birrai, un protagonista della "vecchia guardia" è riuscito a conquistare il titolo di miglior birraio dell'anno, grazie a una continua ricerca, a un costante aggiornamento della gamma e dimostrando che saper guardare alle evoluzioni del mercato e alle nuove tendenze non significa smarrire la propria bussola produttiva e la propria identità. Si tratta di Luigi Recchiuti dell'Operbacco di Notaresco, nel Teramano.

Un quesito semplice, ma di difficile risposta: qual è stato il più bravo birraio italiano dell'anno appena concluso? Hanno provato a rispondere 100 giudici chiamati da Fermento Birra (che organizza la kermesse in collaborazione con Mr Malt, Lallemand, J-Software, Fermentis, bioMérieux e Polykeg). Sono loro che hanno deciso di insignire del prestigioso titolo Luigi Recchiuti dell'Opperbacco di Notaresco. Il birrificio abruzzese è riuscito nell'impresa di mettersi alle spalle il favorito Marco Valeriani del birrificio Alder (MB), già vincitore di due titoli, e Giovanni Faenza del birrificio Ritual Lab (RM), che si è confermato ad alti livelli dopo la vittoria dello scorso anno.

L'azienda, nata nel 2009 a Notaresco, nel Teramano, già lo scorso anno era arrivata seconda nella kermesse organizzata da Fermento Birra con la collaborazione di Mr Malt, Lallemand, J-Software, Fermentis, bioMérieux e Polykeg

Un'avventura iniziata nel 2009

Opperbacco nasce nel 2009 a Notaresco, in una zona collinare vocata al vino, e proprio per questo il birrificio viene chiamato con un gioco di parole che ricorda la vocazione enologica di questa terra, utilizzando come logo il famoso bacco di Caravaggio con uno spumeggiante bicchiere di birra al posto del calice di vino. Dopo una Laurea in Scienze agrarie Luigi scopre il nascente fenomeno della birra artigianale e inizia così il suo viaggio nella produzione, partendo dalla "gavetta" prima come homebrewer, per poi affidarsi all'esperienza di un birraio navigato come Leonardo di Vincenzo, allora in forza a Birra del Borgo. Dopo essersi fatto costruire l'impianto da un artigiano di Vasto, Luigi diventa libero di sfogare la sua passione collocando le attrezzature in uno splendido casolare ristrutturato, in mezzo alle campagne che circondano il comune abruzzese, affiancato ad un locale di mescita, l'Agripub, che ancor prima del birrificio aveva cominciato a far conoscere agli abruzzesi la buona birra, soprattutto belga, proponendola accanto alla cucina locale.

Tra le carte vincenti che hanno spinto Luigi in cima alla classifica troviamo i progetti Nature e Abruxensis, nati dalla passione per il vino, che negli anni cresce sempre di più e lo porta a frequentare anche corsi per diventare sommelier.

cod 83259



DISTILLATI DA... CHEF NUOVI GIN E AMARO DI ALESSANDRO GILMOZZI



Dalla collaborazione tra Alessandro Gilmozzi, chef patron del Ristorante El Molin di Cavalese (Tn), socio di Euro-Toques, e il suo sous chef Andreas Bachmann, sono nate due eccellenze artigianali dai sapori di montagna: un amaro e un gin.

La caratteristica che rende unico il Gilbach.Gin Ambrato, oltre al solo utilizzo del ginepro a bacca rossa, quindi non totalmente maturo, è anche il fatto di farlo riposare per quasi un anno all'interno di una barrique vintage dal legno morbido di acacia. Presenta note morbide che ricordano un distillato come un whisky. Ideale per un fine serata, il consiglio è di assaggiarlo puro, senza miscelarlo.

La caratteristica che rende unico il Cavalese Walden Bitter è l'utilizzo della corteccia e della radice di galanga, pianta erbacea simile allo zenzero e originaria dell'Asia. Presenta un mix di equilibrio e piacevolezza in un digestivo dalle note amarognole e di sottobosco dato da corteccia, ericlisio, erba cola, liquirizia, genziana, galanga, noce, artemisia. Ideale per un fine serata e per la miscelazione. cod 83188



GIN FRUCTETUM PROTAGONISTA DI COCKTAIL CHE BRINDANO ALLA NATURA

Naturæ Gin è il brand che produce gin ecosostenibili ispirati alla natura, fondato da due amici appassionati di gin: Diego Sgarbossa e Carlo De Filippo. Diego è un tecnico dei servizi della ristorazione, Filippo è un perito agrario amante della natura. Per la produzione del loro gin i due fondatori hanno adottato una filosofia ecosostenibile con l'obiettivo di diventare la prima azienda italiana di beverage Carbon Negative, che consiste nella capacità di rimuovere più anidride carbonica di quanta ne viene emessa. Le scelte produttive ecocompatibili adottate da Sgarbossa e De Filippo si traducono in: una base alcolica certificata Bio, l'impiego di bottiglie in vetro 100% Pcr, di packaging plastic-free e di etichette in polipropilene riciclabile. Infine, la scatola delle bottiglie firmate Naturæ Gin è pensata per la spedizione diretta, risparmiando ulteriori materie prime e confezioni aggiuntive.



Bevendo Naturæ Gin è inoltre possibile contribuire alla salvaguardia dell'ambiente. Una parte del ricavato delle vendite, infatti, è devoluto a Treedom, una piattaforma che consente di piantare alberi a distanza e seguirne la crescita. cod 82656

MAZZETTI D'ALTAVILLA È MARCHIO STORICO DI INTERESSE NAZIONALE

Il marchio Mazzetti d'Altavilla, storica distilleria piemontese fondata nel 1846, è ben conosciuto sui mercati nazionali e internazionali come simbolo di qualità e di attaccamento al territorio, valori oggi alla base degli obiettivi di sostenibilità perseguiti a livello europeo. Lo stesso marchio è diventato ufficialmente "Marchio Storico di Interesse Nazionale". A dare conferma di inserimento nella ristretta lista dei marchi d'impresa attivi da almeno cinquanta anni è stato il ministero dello Sviluppo economico. Il riconoscimento riguarda i marchi utilizzati da più tempo per la commercializzazione di prodotti o servizi realizzati in un'impresa produttiva nazionale di eccellenza, i quali possono ottenere l'iscrizione nel registro dei marchi storici di interesse nazionale, istituito presso l'Ufficio Italiano Brevetti e Marchi. cod 82662

GDO E RETAILER NEWS

Italia a Tavola prosegue nella valorizzazione dei prodotti e delle aziende che si rivolgono al canale della Grande distribuzione organizzata: novità, iniziative e progetti innovativi che rappresentano un motivo d'interesse per il consumatore finale





MULINO BIANCO NUOVA COLLECTION 2022 CON SPLENDIDI PREMI



Torna, da gennaio a giugno, la Collection Mulino Bianco 2022 dedicata a biscotti, merende, fette biscottate per un totale di quasi 50 prodotti coinvolti. In palio 3 premi: la riproduzione fedele del Coccio del 1978 (con 20 punti), la Biscotazza (con 40 punti) e la novità Mattutina (con 60 punti). Il lancio della nuova Collection arriva dopo il grande successo dell'edizione 2020-2021 che ha visto partecipare alla raccolta punti oltre 1 milione di famiglie italiane. Un dato significativo che evidenzia sia la forte fidelizzazione verso il brand Mulino Bianco sia il radicamento della cultura delle raccolte punti.

«Mulino Bianco ha da sempre rivestito un ruolo da protagonista nelle abitudini alimentari degli italiani e sente forte la responsabilità di dover offrire prodotti buoni sotto tutti i ponti di vista - afferma **Julia Schwoerer**, responsabile marketing Mulino Bianco - Lo facciamo attraverso il miglioramento continuo delle nostre ricette, un'attenzione costante alla qualità e alla sostenibilità delle nostre filiere e anche dialogando con le persone attraverso ogni mezzo, compresa la community "Nel Mulino che Vorrei". L'interesse che osserviamo ogni anno per oggetti da collezione come Mattutina, Coccio e Biscotazza ci dice molto del legame profondo che gli italiani hanno con Mulino Bianco».

Il Coccio, simbolo di una tradizione

L'era d'oro delle raccolte punti legate alla prima colazione è inaugurata da Mulino Bianco nel 1978 e prosegue per quasi 20 anni durante i quali il brand del Gruppo Barilla ha promosso 16 Collection (dal 1978 al 1996) mettendo in palio 108 premi, indirizzando la passione degli italiani verso il fenomeno delle raccolte punti. Quella delle collezioni è una vera e propria tradizione italiana il cui simbolo è il "Coccio", ispirato alle tazze contadine di inizio secolo e al rito del pane nel latte. Un oggetto che nel 1978 Mulino Bianco associa alla sua prima raccolta punti e che arriva nelle case di ben 6 milioni di famiglie, capostipite di una lunga serie di regali e oggetti cult da collezione. Oggi questa riproduzione fedele è un tuffo nei ricordi di Baby Boomers e Generazione X.

Una moderna mug

La Biscotazza è invece una moderna mug in acciaio inox, termica, a chiusura stagna, con un coperchio apri e chiudi sul fondo che può ospitare la giusta quantità di biscotti per la colazione. Un oggetto che strizza l'occhio soprattutto a Millennials e Generazione Z per una colazione fuori casa comoda e personale.

Design e funzionalità

La Mattutina, infine, è sia una caffettiera che uno scalda-bevande e si ispira allo storico Bricco del Mulino degli anni 80-90, rinnovata nel design e nella multifunzionalità. Un simbolo di tradizione e modernità a colazione che si appresta a diventare l'oggetto cult di questa nuova raccolta punti. cod 83401

Per informazioni: **www.mulinobianco.it**

Mirtillo Nero e Stracciatella, i gusti invernali di Mila Skyr



A colazione, come spuntino energetico o come pasto sostitutivo dopo lo sport, Mila Skyr è un alimento molto versatile anche in cucina. Dalla consistenza compatta e cremosa, è ideale per chi ama stare in forma, per chi segue un'alimentazione sana ed equilibrata e per le persone attive e sportive, perché è un prodotto ad alto contenuto di proteine. Mila Skyr è realizzato dalla cooperativa Mila con Latte Fieno Stg 100% dai masi di montagna dell'Alto Adige, come indicato dal bollino sulla confezione. Il Latte Fieno è un prodotto di altissima qualità e dal sapore intenso, proveniente da bovine nutrite solo con erba fresca, fieno e piccole quantità di cereali, rinunciando completamente agli ogm e agli insilati (foraggi fermentati).
Specialità a base di latte prodotta secondo un'antica ricetta islandese, senza l'aggiunta di aromi, Mila Skyr contiene pochi grassi e ed perfetta per chi cerca un'alternativa ricca di gusto al classico yogurt. Ben 10 le referenze che compongono la gamma: Mirtillo Nero, Stracciatella, Fragola, Caffè, Mango-Passion Fruit, Vaniglia, Bianco naturale, Albicocca, Lampone, Cocco. cod 83353
Per informazioni: www.mila-skyr.it

Chiacchiere creative Vergani per il Carnevale milanese

Dal 1944 Vergani a Milano è sinonimo di dolci della tradizione, panettone in testa. Con il Carnevale alle porte non potevano mancare le Chiacchiere, le friabili "Ciàcer de Milan". Le Chiacchiere Classiche, prodotte con la tradizionale ricetta al burro, vengono proposte insieme a una morbida e ricca crema spalmabile al pistacchio, o burro di arachidi o al caramello salato o ricoperte da una glassa al cioccolato. Ecco allora le creative e innovative Chiacchiere al Pistacchio, al Burro di Arachidi, al Caramello Salato e al Cacao. Sempre presenti, per la tranquillità dei puristi le Chiacchiere Classiche Vergani, prodotte solo con farina, burro e uova da galline allevate a terra. Leggere e friabili, sono fritte e poi passate al forno, un accorgimento che le rende asciutte e croccanti. cod 83365
Per informazioni:
www.panettonevergani.it





Il volto di Batman sui biscotti Oreo

Ha 110 anni e si trova in oltre 100 Paesi nel mondo. Oreo è un biscotto che piace da sempre ovunque, ma che sa continuare a stupire. Oggi annuncia la sua collaborazione con il film The Batman, dal 3 marzo nelle sale cinematografiche. A partire dal mese di febbraio i fedeli consumatori di Oreo potranno trovare presso i punti vendita della grande distribuzione la confezione di Oreo Original 220 grammi in edizione limitata con una decorazione che mostrerà il volto di Batman.
«Noi di Oreo amiamo sorprendere i nostri fan con partnership entusiasmanti - ha detto Chiara Missio, brand director Oreo Europe - Ecco perché siamo così felici di annunciare la partnership con The Batman, una vera e propria collaborazione con Warner Bros».
I fan di Oreo potranno inoltre vivere un'esperienza virtuale scansendo il codice QR presente sulla confezione, esplorando la Batcaverna e provando a risolvere degli indovinelli. Per chi sarà in grado di risolvere tutti gli enigmi ci sono in palio diversi premi. E con un concorso, i consumatori potranno provare a vincere ingressi omaggio al cinema per non perdersi il nuovo film The Batman. In palio 1500 biglietti e un'estrazione finale con in premio una esclusiva Batman Experience a Londra, per vivere in prima persona una giornata sul set del film. cod 83382
Per informazioni: www.oreoitalia.it

SUGHI PRONTI LA GAMMA CIRIO CON POMODORO DATTERINO



I Sughi Pronti Cirio con Datterino rappresentano la prima linea di sughi a essere composta da referenze che contengono il pomodoro Datterino, introdotto in tutte le ricette per arricchire il gusto e avvicinarsi alle richieste dei consumatori.

Non più quindi un semplice ingrediente, ma un vero e proprio filo conduttore di questa gamma. Nuovo concept, nuove ricette e nuovi packaging: queste le innovazioni messe in campo da Cirio per puntare a una fascia premium di consumatori con proposte distintive.

Made in Italy 100%

I Sughi Pronti Cirio con Datterino derivano dalla passione e dall'attenzione posta nella scelta delle materie prime italiane. La cura nella selezione dei pomodori Datterini coltivati in Puglia e della carne 100% italiana, così come del basilico e della cipolla provenienti dalla filiera agricola nazionale, valorizza ancora di più il gusto raffinato dei sughi.

La gamma dei Sughi Pronti Cirio con Datterino, disponibile nel formato in vetro da 350 grammi, comprende 2 sughi a base di pomodoro e 3 sughi a base di carne, ideali per piatti semplici e veloci da realizzare.

Sughi a base pomodoro

I Sughi Pronti Cirio con Datterino a base pomodoro sono: Sugo al Basilico, preparato con pomodoro e basilico 100% italiani, certificato VeganOK e impreziosito con l'olio extra vergine di oliva, per un risultato ricco e profumato e il Sugo al Pomodoro, anche in questo caso la ricetta è certificata VeganOK, con olio extra vergine di oliva, in cui la dolcezza del Datterino è ancora più percettibile.

Sughi a base carne

I Sughi Cirio con Datterino a base carne sono: Ragù di Carne realizzato con carne 100% italiana di suino e di bovino altamente selezionata per una ricetta dal gusto autentico, Ragù di Salsiccia e Funghi con carne 100% italiana di suino, funghi prataioli e porcini di alta qualità e con estratto di pepe per esaltare la piccantezza della salsiccia e Sugo all'amatriciana, ricetta creata con pancetta 100% italiana, affumicata naturalmente, e con peperoncino. Il vaso in vetro, che da sempre identifica le conserve vegetali Cirio, diviene segno caratterizzante anche dei Sughi Pronti Cirio con Datterino. L'etichetta trasparente, disposta centralmente, esibisce la denominazione della ricetta ben leggibile e mette in risalto l'ingrediente principale, il "Datterino". cod 83359

Per informazioni: **www.cirio.it**



Da Brimi le Mozzarelline Latte Fieno versione Bio

Brimi-Centro Latte Bressanone rappresenta oggi una delle principali realtà nella produzione lattiero-casearia, attestandosi quale unica azienda in Alto Adige specializzata nella produzione di mozzarella. La qualità e l'eccellenza sono per Brimi uno standard irrinunciabile che inizia sin dalle primissime fasi della filiera: dalla raccolta del latte presso i 1.100 soci-contadini fino al prodotto finito.

Oggi presenta le Mozzarelline Latte Fieno Bio ottenute da Bio Latte Fieno Stg (Specialità tradizionale garantita) nei masi di montagna dei soci contadini. Nello specifico, le mucche sono alimentate solo con mangimi geneticamente non modificati e conformi al regolamento relativo alla produzione biologica e all'etichettatura dei prodotti biologici. L'alimentazione delle bovine si riflette sulla qualità del latte, che conserva i profumi e i sapori dei pascoli.

Grazie alle caratteristiche di questo latte, le Mozzarelline Latte Fieno Bio di Brimi si caratterizzano per il loro sapore fresco e delicato e la consistenza morbida e succosa. Confezione in doypack color verde scuro. cod 83390

Per informazioni: **www.brimi.it**

Servelade, i würstel di alta gamma firmati Recla

In Val Venosta, a Silandro (Bz), tra i ghiacciai del gruppo Ortles e il massiccio della Palla Bianca ha sede Recla, uno dei maggiori produttori dell'originale Speck Alto Adige Igp e altre specialità come würstel, prosciutti cotti e prodotti precotti. Tra le sue referenze, sempre molto apprezzati i würstel Servelade, specialità dal gusto delicato e versatile e dalla caratteristica forma accorciata e robusta nel calibro. Recla utilizza esclusivamente carne di coscia di puro suino selezionata dai mastri macellai, lavorata secondo la ricetta originale di famiglia e arricchita con spezie e aromi, leggermente affumicata. Senza polifosfati e glutammati aggiunti. Senza glutine e lattosio.

I würstel Servelade sono veloci da preparare e si sanno esprimere al meglio sia alla griglia sia in padella o bolliti. cod 83395

Per informazioni: **www.recla.it**





Lunette di spinaci Koch, la tradizione in tavola

Prodotti da Koch, azienda di Bolzano specializzata nella produzione di pasta e prodotti surgelati, gli Schlutzkrapfen sono una specialità di pasta tipica altoatesina. Somigliano agli italianissimi ravioli, tanto che spesso vengono anche chiamati "ravioli tirolesi". Tradizionalmente ripieni di spinaci e ricotta, la loro pasta è composta con farina di segale e grano, come gli Spätzle.

Gli Schlutzkrapfen di Koch vengono prodotti con materie prime di alta qualità e vengono surgelati senza l'aggiunta di additivi e conservanti, sulla base della tipica ricetta altoatesina. Prodotti ad alto contenuto di servizio, sono pronti per essere assaporati in pochi minuti a casa. È sufficiente versare gli Schlutzkrapfen ancora surgelati in acqua salata bollente, cuocere per 5 minuti a fuoco lento, scolare e servire con burro fuso e formaggio. cod 83368

Per informazioni: **www.kochbz.it**



CELIACHIA
UN PROBLEMA ANCHE PSICOLOGICO...



di *Tiziana Colombo*

La celiachia è una malattia, non grave come altre, ma da trattare con le giuste attenzioni. È una patologia con alcuni tratti peculiari. Il primo riguarda la terapia. Non esiste una cura alla celiachia e l'unica terapia a disposizione non è farmacologica, ma comportamentale. L'unico modo di tenerla a bada è anche quello più scontato, ossia eliminare il glutine dalla propria dieta. La seconda peculiarità è il suo carattere sistemico. La celiachia può essere sistemica dal punto di vista organico, nel senso che può scatenare una sintomatologia estesa, che va oltre il semplice disturbo intestinale. Può agire anche dal punto di vista psicologico. Il motivo è semplice, la celiachia può causare ripercussioni sull'umore e sulla autostima. Di certo, chi ha di recente appreso della sua condizione di celiaco ricorda ancora il turbine di emozioni negative che l'ha colto in quel momento.

La celiachia è una patologia da metabolizzare dal punto di vista mentale, prima ancora che fisico. Ciò vale soprattutto per i bambini, che sono meno avvezzi a certi processi psicologici, e per gli adolescenti, che vivono i primi momenti di vera "competizione". Gli adulti, invece, sono maggiormente attrezzati a superare questo genere di problemi.

La questione ruota attorno al ruolo sociale dell'alimentazione. Mangiare è anche e soprattutto un atto sociale e di condivisione. È ovvio che la rinuncia forzata al glutine incide, o almeno sembra incidere, sui momenti di socialità. Da qui, una serie di pensieri negativi che possono turbare e causare disagi psicologici.



I pensieri da rigettare: il senso di colpa e l'idea di essere "diversi" dagli altri

Un pensiero che istintivamente emerge nella psiche di chi ha scoperto da poco di essere celiaco riguarda il senso di colpa. Nel tentativo di metabolizzare una nuova realtà senza alcuna apparente ragione, l'individuo tende ad autocolpevolizzarsi. È un processo ricorrente e un meccanismo di difesa tossico e che non dà sollievo. Tale sensazione è acuita dai limiti che la celiachia impone nei momenti di convivialità. In maniera del tutto ingiustificata, il celiaco avverte se stesso come un "guastafeste". Persino la richiesta di optare per un ristorante gluten-free può mettere a disagio.

Un altro pensiero tossico riguarda la diversità. Il celiaco avverte se stesso come diverso dagli altri, e si sente escluso. Questo processo mentale riguarda soprattutto i bambini e gli adolescenti, che tendono a cercare la conformità con il proprio gruppo. Infine, la frustrazione e l'ansia: la rinuncia ai cibi con glutine può generare frustrazione, almeno all'inizio. E può anche generare ansia, dovuta al timore di ingerire glutine inavvertitamente. Sono pensieri negativi, che vanno rigettati e non corrispondono alla realtà. Se il contesto in cui si vive, poi, favorisce la comparsa di questi pensieri (magari perché difetta di sensibilità), le soluzioni sono comunque a portata di mano.

L'intolleranza al glutine è una patologia per la quale non esiste cura, bisogna conviverci e si può contrastarla solo con una dieta controllata. Ma può avere ripercussioni anche sull'umore e sulla autostima

Qualche strumento utile per affrontare la celiachia

Se la sofferenza psichica supera i limiti della fisiologia il consiglio è di rivolgersi a uno psicologo. Tuttavia, anche in questa sede è bene considerare qualche utile "strumento mentale" e comportamentale. Per esempio, la consapevolezza che oggi il mondo è attrezzato per i celiaci più di quanto non lo fosse qualche anno fa. Quasi tutte le attività di ristorazione offrono soluzioni gluten-free. Viene quindi a cadere il senso di colpa per la paura di rovinare i momenti di convivialità, o la sensazione di essere diversi. Anche i contesti con scarsa sensibilità possono essere in qualche modo migliorati. Spesso è sufficiente spiegare chiaramente cosa la celiachia comporta e quanto è semplice farvi fronte. Anche perché lo è per davvero: tantissimi alimenti senza glutine, oltre ad essere già di uso comune (pensiamo al mais e al riso), possono sostituire degnamente gli alimenti con glutine, e risultare soddisfacenti anche per chi non soffre di questa patologia. cod 82665



D&G PATISSERIE DI DENIS DIANIN
UNA BOUTIQUE DI PASTICCERIA



A meno di un'ora da Venezia, Padova sembra un mondo lontano, dove nel corso dei millenni Troiani, Romani e astronomi leggendari come Copernico e Galileo hanno percorso le strade acciottolate. Presumibilmente fondata da un principe troiano circa 1200 anni prima dell'era Cristiana, città-stato nel Medioevo e sede della seconda università più antica d'Italia, oggi Padova continua ad affascinare e catturare l'attenzione con i suoi mercati medievali, lo spettacolare teatro anatomico ligneo del 1595 (oggi il più antico al mondo) e l'Aula magna dell'Università dove insegnò Galileo.

A Padova si respira, il visitatore non sente la pressione un po' euforica che anima città come Milano, Firenze, Venezia. «Venezia la bella, Padova sua sorella», recita un vecchio detto popolare. Chi visita la città per la prima volta non vorrà trascurare la Cappella degli Scrovegni - candidata a diventare patrimonio Unesco e descritta mirabilmente da Marcel Proust nel suo "À la Recherche du Temps Perdu" - con il ciclo di affreschi firmato dalla mano di Giotto. Romanico, bizantino e gotico: tre stili architettonici si armonizzano incredibilmente, e perfettamente, nella Basilica di Sant'Antonio da Padova. Ci sono l'Orto Botanico, protetto dall'Unesco fin dal 1997, e il Salone del Palazzo della Ragione con i suoi incredibili soffitti. Simbolo di Padova è anche Prato della Valle, la piazza ellittica più grande d'Europa dopo la Piazza Rossa di Mosca: in tempo medievale fu sede di fiere, giostre, feste pubbliche, gare, mercati. Oggi i padovani vi passeggiano, sostano e... studiano: Padova è infatti animata da una popolazione studentesca dallo spirito allegro e vivace. Circondata dai magnifici Colli Euganei, appena fuori città, il visitatore può immergersi in un paesaggio bucolico, disseminato di castelli, masserie e cantine aperte alle degustazioni.

Tra le chicche gastronomiche di Padova e dintorni, spicca fin dal 2006 D&G Patisserie di **Denis Dianin** a Selvazzano Dentro (Pd). Una boutique di pasticceria frutto di una rapida carriera, focalizzata verso l'evoluzione della creatività, un'idea di "viaggio" personale ben chiara, che porterà Dianin (dal 2014 membro di AMPI, Accademia Maestri Pasticceri Italiani) ad essere tra i primi a portare la pasticceria salata in boutique. Un percorso celebrato dal recente riconoscimento del Gambero Rosso, che lo ha inserito tra i 10 maestri pasticceri presenti ne "La grande pasticceria salata".



Oggi D&G Patisserie è strutturata e pensata da Dianin per accompagnare il cliente nei vari momenti della giornata, dalla colazione al pranzo, dall'ora del tè in pasticceria fino all'aperitivo all'italiana, un momento dal fascino d'antan in cui il Maestro AMPI ha creduto fermamente e che ha voluto recuperare, regalandolo a una clientela patavina sempre più convinta.

«Un progetto, quello di declinare la boutique-pasticceria in un luogo accogliente dal mattino alla sera, che attira e richiama più volte al giorno la clientela, che attraversa la città - ci racconta Dianin - anche solo per prendere un caffè, un blend esclusivo fatto su misura da uno dei partner che accompagnano D&G in questo percorso».

Un momento particolarmente amato dai padovani, e non solo, è quello del brunch, per il quale il Maestro è stato chiamato a tenere dei corsi: dal 2013 D&G Patisserie propone 7-8 menu serviti su eleganti tavolette di legno custom-made dove trovano posto un piatto salato, uno dolce e una bevanda (dal succo di frutta alla tisana, fino allo yogurt). «Prima della pandemia - spiega il Maestro AMPI - durante il weekend la gente arrivava da fuori, anche da Milano, per gustare il brunch in compagnia. Noi rimaniamo ottimisti e continuiamo a coccolare i nostri clienti». cod 83213

D&G Patisserie
via Monte Grappa 30 - 35030 Selvazzano Dentro (Pd) - Tel 049 637201
www.degpatisserie.it

Nel 2021 Mariana ha conquistato il Trofeo Migliore Professionista Lady Chef, contest organizzato dalla Federazione italiana cuochi. Una sfida che ha voluto esaltare il prodotto principe della cucina mediterranea

A LA POSATA BIANCA, MARIANA EPURE ESALTA IL POMODORO





I LOCALI DEL CUORE CIRIO 1856 Alta Cucina

di *Gabriele Ancona*

Galeotto fu uno spaghetto al pomodoro a Venezia. Un nido con cinque foglie di basilico. **Mariana Epure** era appena arrivata dalla Romania, aveva 19 anni e quello spaghetto la conquistò. Divenne una cuoca. Non lo sapeva, ma il pomodoro aveva incrociato il suo destino. Sedici anni dopo, nel mese di maggio del 2021, presso la Scuola Tessieri di Ponsacco, in provincia di Pisa, ha sbaragliato 19 concorrenti conquistando il "1° Trofeo Migliore Professionista Lady Chef - Il Pomodoro nella Ristorazione con le tipicità del territorio", contest organizzato dalla Fic-Federazione Italiana Cuochi. Partner dell'evento, Cirio Alta Cucina con la sua articolata gamma di referenze. Una sfida che ha voluto esaltare il prodotto principe della cucina mediterranea.



«È stata un'emozione grandissima - ricorda Mariana Epure - Molto impegnativo il confronto con grandi professioniste, ma ero sicura di me. D'altronde avevo lavorato cinque mesi alla messa a punto di questa ricetta per cui ho utilizzato I Pelati di Cirio Alta Cucina». Alla giuria ha presentato un piatto molto elaborato. Un filetto di baccalà alle erbette cucinato al vapore e ricoperto con una crema di saor.

A dare una marcia in più a questo quadro gastronomico una crocchetta di baccalà e un pomodoro intero, svuotato e riempito di caponata di verdure. «Il pomodoro di Cirio Alta Cucina - spiega - ha conferito quella punta di acidità che ha completato il gusto del filetto».

Dalla semplicità per sorprendere

Mariana Epure da un anno e mezzo è la cuoca, anzi, la Lady Chef del ristorante La Posata Bianca ad Abano Terme (Pd). Passione, tecnica e innovazione sono le pietre miliari della sua cucina che punta su prodotti naturali. «Con ingredienti buoni e sani si può fare di tutto. Mi piace partire dalla semplicità per poi sorprendere. Alla base, una cucina leggera, perché mangiare significa star bene. Utilizzo molto le spezie e le verdure; gli ingredienti nel piatto si devono imporre anche con il loro colore pieno, l'intensità cromatica non si discute». Un rispetto assoluto delle materie prime che si riverbera anche nel loro utilizzo: gli scarti nella sua cucina non sono contemplati.

E se si parla di colore e di intensità, il rimando a Cirio Alta Cucina è immediato. «I Pelati e il Doppio concentrato da Pelati sono i miei alleati per ogni salsa, per una zuppa di pesce, come per delle crocchette di baccalà o delle polpette di carne», puntualizza. Prodotti versatili, pratici, capaci di esaltare ogni pietanza. cod 83055

La Posata Bianca
Piazza Caduti 30 - 35031 Abano Terme (Pd) - Tel 049 810800
www.laposatabianca.it
www.cirioaltacucina.it



OLI360 PIZZA CUCINA BISTROT

IL SALTO DI QUALITÀ CON LE FARINE MOLINO VIGEVANO

A Battipaglia (Sa) Oli360 Pizza Cucina Bistrot è un'istituzione. Qui la pizza è cultura, a tal punto che l'insegna si ispira al "giro d'olio" che il pizzaiolo compie con un rapido e sapiente gesto prima di infornare. Qui il pizzaiolo è il maestro **Gaetano Pierro**. La sua "filosofia" è proiettata verso un dinamismo tradizionale, ogni pizza è un'avventura percorribile partendo dall'assaggio di prodotti d'eccellenza e artigianali, che si conclude con la realizzazione delle sue ricette, innovazioni rustiche di qualità, efficienti e genuine.

Come nasce l'idea di questo locale?

Oli360 nasce dalla voglia di condividere la nostra grande passione per il cibo e per la cultura enogastronomica del nostro territorio. L'abbiamo immaginato come un luogo accogliente e piacevole, creando ambienti diversi con proposte culinarie che si adattano a ogni occasione e momento della giornata. Oli360 è un locale vivace e dinamico che conta circa 10 dipendenti e 135 coperti. Una realtà che privilegia i veri valori della tradizione con una piacevole e dinamica modernità, un luogo familiare e amichevole. Una realtà moderna, coinvolgente, accompagnata da una gestione efficiente e innovativa. Siamo un punto di riferimento per chi ama i gusti della tradizione in chiave moderna, per chi vuole trascorrere momenti in un ambiente rilassante, per chi predilige la scelta di prodotti di produzione tipicamente artigianali, per chi vuole ricevere le giuste attenzioni e per chi è alla ricerca di una formula coerente e professionale.

Che tipologie di pizza proponete e quante ne avete in menu?

Il nostro menu vanta circa 30 pizze

che spaziano dalla tradizionale pizza napoletana all'innovativa pizza gourmet, comunque rigorosamente cotte a legna.

Quali farine utilizzate?

Per i nostri impasti utilizziamo Molino Vigevano Tramonti Oro Plus, Molino Vigevano Costiera Oro Plus, Molino Vigevano Tipo 2 Oro Macina, Pasta Madre Molino Vigevano.

Qual è il valore aggiunto delle farine di Molino Vigevano?

L'utilizzare farine di qualità rappresenta un enorme vantaggio, sia a livello gustativo che a livello comunicativo. Quando si sceglie una farina di grande qualità le differenze si vedono. Le farine di Molino Vigevano si adattano a medie e lunghe maturazioni e prefermenti conservando tutte le componenti aromatiche che esaltano i profumi e garantiscono un valore aggiunto che va evidenziato.





Il locale di Battipaglia (Sa) elabora i gusti della tradizione in chiave moderna. Per il maestro pizzaiolo Gaetano Pierro ogni pizza è un lavoro di continua ricerca agevolato dal valore aggiunto delle farine

Quali sono le caratteristiche dell'impasto e della lievitazione?

L'impasto con queste farine permette di ottenere un prodotto morbido, leggero e delicato al palato e una migliore idratazione. E in aggiunta un colore più dorato e un profumo caratteristico che riecheggia i sensi della tradizione. Il metodo utilizzato e la biga 18 ore con appretto di 36 ore in frigorifero e lievitazione di 4 ore a temperatura ambiente.

Fidelizzare la clientela con una pizza: quali sono le carte da giocare?

La fiducia non arriva per caso, si costruisce tramite centinaia di interazioni ma servire un prodotto di qualità nel tempo è un gran passo. La scelta di ingredienti di prima qualità e il più possibilmente di stagione, abbinamenti curati e l'impiattamento sono elementi determinanti. Una pizza che si sa distinguere, in grado di dare emozioni, di raccontare una storia e capace di coinvolgere tutti i sensi sarà già di per sé un ottimo biglietto da visita.

In che cosa consiste l'arte della farcitura?

Posa le fondamenta sulla profonda storia di ogni singola materia trattata. Scegliere sempre prodotti pregiati del nostro territorio, figli di tipicità culinarie antiche rievocando una manualità artigianale d'altri tempi, armonizzata da una dinamica sofisticata e una creativa innovazione. Un lavoro di continua ricerca, quello del pizzaiolo gourmet, un vero creatore di abbinamenti insoliti e originali, con accostamenti di sapori, ingredienti e colori differenti fino a un impiattamento curato e creativo. Un percorso culinario voluto e unico, dove l'arte del passato incontra la lo stile e la tecnica moderni per sviluppare grandi sapori. cod 83037

Oli360 Pizza Cucina Bistrot
via Brodolini 2/12b - 84091 Battipaglia (Sa) - Tel 0828 340009
www.oli360.it
www.molinovigevano.com

CONSTANCE HOTELS & RESORTS
METE DA SOGNO NELL'OCEANO INDIANO

Hotel e resort di lusso nelle location più magiche e seducenti dell'Oceano Indiano. Dalla splendida Mauritius alle incantevoli Maldive, fino alle incontaminate Seychelles. Le strutture firmate Constance sono l'approdo ideale per chi desidera una vacanza rilassante, oppure per i più avventurosi alla ricerca di emozioni e divertimento, ma anche per le coppie che vogliono trovare il luogo ideale in cui trascorrere una vacanza romantica.

Constance Halaveli, benessere in un paradiso incantato

Le Maldive sono nell'immaginario collettivo tra i luoghi più romantici del mondo e il Constance Halaveli, nell'atollo di Ari Nord, racchiude il meglio di queste isole incastonate nel cuore dell'Oceano Indiano: spiagge bianche, acque placide e cristalline, palme ondeggianti, tramonti infuocati e reef abitati da pesci variopinti e creature leggendarie, come lo squalo balena. A rendere ancor più speciale una vacanza di coppia in questo eden incantato è l'atmosfera che si respira ad Halaveli, fatta di sorrisi e di attenzioni da parte di un team sempre presente, ma discreto.

Non mancano le esperienze pied dans l'eau, come le degustazioni di vini in laguna, e il benessere naturale nella Constance spa overwater, luogo da cui parte un viaggio olistico tra rituali naturali ispirati ai fiori e massaggi esotici, heritage di antiche tradizioni locali. Tra le novità ci sono i lussuosi trattamenti fitoaromatici nati dalla collaborazione tra Constance Hotels & Resorts e il beauty



brand Sisley Paris. Per gli innamorati che hanno voglia di muoversi, invece, il resort propone diverse attività, dal tennis al jet ski, dal wakeboarding al jet blade, senza dimenticare lo snorkeling e il diving.

Avventure d'amore al Constance Lemuria

Gong! Quando si schiudono le maestose porte del Constance Lemuria, a Praslin (Seychelles), si entra in un luogo che riempie gli occhi di bellezza al primo sguardo, un paradiso perduto dominato dal verde della vegetazione, dal rosa delle rocce granitiche e dal turchese dell'Oceano Indiano. Festeggiare un anniversario o la luna di miele al Constance Lemuria ha il sapore di una romantica fuga eco-chic.

Le coppie possono rilassarsi sulle spiagge di Anse Kerlan o di Anse Georgette, tra le più instagrammabili di tutte le Seychelles, lasciarsi deliziare dalle creazioni gourmet dell'executive chef Jordi Vila, sfidarsi a golf sul campo a 18 buche vista oceano o dedicarsi ad una delle tante "true experiences" proposte dal raffinato hotel 5 stelle lusso. E se si è fortunati si può assistere - insieme al Turtle Manager - ad un momento di dolcezza infinita, la schiusa delle uova delle tartarughe marine che ogni anno nidificano sulle spiagge del resort.





Constance Prince Maurice, il lusso che seduce

A Mauritius è un'istituzione: il Constance Prince Maurice esprime fin dalla sua nascita l'eccellenza nel servizio del gruppo Constance Hotels & Resorts, l'anima gentile e generosa del popolo mauriziano e lo spirito seducente dell'isola delle spezie. L'hotel garantisce alle coppie la massima privacy e un rifugio romantico all'insegna della quintessenza del lusso. Passeggiare mano nella mano col proprio partner tra le mangrovie lungo una passerella di legno costellata da soffuse lanterne, cenare a lume di candela al Barachois, raffinato ristorante galleggiante, nuotare nella piscina a sfioro che sembra proseguire nell'Oceano Indiano... Tutto questo trasporterà gli innamorati in un film romantico. Non a caso, il romanticismo che si respira è testimoniato dalla scelta del Constance Prince Maurice come location della pellicola "Resort to Love", prodotta da Alicia Keys e disponibile su Netflix.

cod 83297

Per informazioni:

www.constancehotels.com

www.c-resorts.com

NATURAL PLAYGROUND PER DUE AL C MAURITIUS

Una vacanza romantica al C Mauritius diventa speciale, all'insegna del dinamismo, della complicità e del non prendersi troppo sul serio. La mission del nuovo beach hotel del brand C Resorts è di trasportare gli ospiti in un "natural playground", dove riscoprire la gioia di vivere divertendosi e provando nuove esperienze legate alla cultura e alle tradizioni locali, che si tratti della degustazione di un rhum, di una lezione di segà (ballo tradizionale mauriziano) o di un'escursione nella foresta. Affacciato su una delle più belle spiagge di Mauritius, a Palmar sulla costa orientale dell'isola, il nuovo resort è pronto a stupire le coppie con le sue 12 "Cignatures" esperienziali, create per risvegliare lo spirito curioso e giocoso degli ospiti e per rinsaldare la complicità con il partner: ad esempio "Cwing" per dondolarsi tra le palme su altalene giganti assieme alla dolce metà, "Cascade" per rinfrescarsi e divertirsi sotto una grande doccia musicale, oppure ancora "Concoctor" per condividere un gustoso drink personalizzato, creato con gli ingredienti inseriti dalla coppia.

MARZO

Dal 4 al 7

A Carrara Fiere torna con la 42ª edizione Tirreno CT, fiera dedicata al mondo dell'ospitalità a 360 gradi. In contemporanea Balnearia, il salone professionale dell'outdoor design, benessere ed attrezzature balneari

TIRRENO CT E BALNEARIA
IL GRANDE APPUNTAMENTO DELL'OSPITALITÀ

Il luogo è sempre lo stesso, il polo fieristico di Carrara, le date leggermente spostate rispetto al solito (4-7 marzo 2022), ma è tutto pronto per la 42ª edizione di Tirreno CT, la fiera di riferimento in Italia per l'ospitalità. Oltre 40 anni di crescita del settore della ristorazione, dell'accoglienza in generale e, da ormai diverse edizioni, anche degli stabilimenti balneari con Balnearia, il "salone nel salone". La manifestazione in questi anni è diventata un vero e proprio punto di riferimento grazie alla continua crescita di consensi, sia in termini di offerta commerciale con oltre 430 espositori in rappresentanza di quasi 900 marchi, sia in termini di pubblico con 60mila presenze (la media delle ultime edizioni) che caratterizzano il successo della quattro giorni apuana.

La fiera è un momento di confronto con i tanti eventi collaterali che ogni anno arricchiscono un programma denso di convegni, seminari e workshop, master gratuiti per professionisti, incontri con esperti di settore, campionati nazionali e internazionali di pasticceria, cucina, gelateria, pizzeria e barman promossi dalle relative associazioni di categoria, oltre a degustazioni e dimostrazioni per tutti gli operatori.

A caratterizzare ogni edizione dell'evento, grandi marchi del food & beverage italiano ed estero propongono non soltanto la semplice esposizione delle novità e dei prodotti di punta, ma anche presentazioni e momenti di approfondimento. Dal pane alla pizza, dai prodotti lavorati e semilavorati per la cucina alle forniture alberghiere, passando per la gelateria e la pasticceria. Un'intera area dedicata al caffè e alle innovazioni del settore grandi impianti. Inoltre, tutto ciò che riguarda le attrezzature per la tavola, bar, gelateria e pasticceria fino all'arredo contract per interni ed esterni, compresi tappezzerie e arredo bagno. Ormai da qualche anno hanno preso sempre più piede operatori del settore wine & beverage. A partire dai migliori prodotti per il lavoro dei mixologist e dei barman, rappresentati dalle principali associazioni di categoria, passando per tutto il settore emergente delle birre artigianali. Presente un'ampia selezione poi di aziende vitivinicole, ma anche distillerie, rappresentate direttamente dai produttori.

Prosegue infine il legame con Balnearia, il salone professionale dell'outdoor design, benessere ed attrezzature balneari, giunto alla 23ª edizione, che fa di Tirreno CT un unico grande evento di riferimento per il segmento dell'accoglienza, dalla ristorazione al wellness, dallo street food all'hotellerie per arrivare all'ospitalità in spiaggia. cod 83341

Per informazioni: **www.tirrenoct.it**

Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Edizioni Contatto srl unipersonale
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteoscibilia2013@virgilio.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · pieragenta@libero.it
Jenny Maggioni (*redattore*) · jenny.maggioni@italiaatavola.net
Martino Lorenzini (*redattore*) · martino.lorenzini@italiaatavola.net
Gianluca Pirovano (*redattore*) · gianluca.pirovano@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria di redazione*) · redazione@italiaatavola.net
Brian Vavassori (*segreteria di redazione*) · brian.vavassori@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*Seo & Web manager*) · alessandro.venturini@italiaatavola.net

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, **Massimo Artorige Giubilesi**, **Sergio Mei**, **Matteo Scibilia**

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · 351 8391052 · Fax 02 700557702 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Ivana Frosio · ivana.frosio@italiaatavola.net · **Livia Gerosa** · livia.gerosa@italiaatavola.net
Daniele Cipollina (*agente per Calabria e Sicilia*) · d.cipollina@advmaiora.it

Corrispondenti di zona (*per contatti telefonici consultare il sito*)

Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta	**Piera Genta** · pieragenta@libero.it
Lombardia orientale	**Renato Andreolassi** · renato.andreolassi@alice.it
Pavia-Piacenza	**Stefano Calvi** · s.calvi@ilquattro.it
Veneto	**Giulia Marruccelli** · gmarruccelli@yahoo.it
Belluno-Bolzano-Trento	**Lina Pison** · linapison@gmail.com
Friuli Venezia Giulia	**Liliana Savioli** · lilli_sa@hotmail.com
Emilia Romagna	**Giuseppe De Biasi** · dbpino60@gmail.com
Toscana e Umbria	**Alessandro Maurilli** · a.maurilli@almapress.net
	Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it
Lazio	**Mariella Morosi** · mariellamorosi@hotmail.com
Marche e Abruzzo	**Benedetta Gandini** · b.gandini22@gmail.com
	Carla Latini · carla@carlalatini.com
Campania e Molise	**Vincenzo D'Antonio** · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net
Puglia	**Sandro Romano** · sralessandroromano@gmail.com
Calabria	**Tommaso Caporale** · dodicialitro@gmail.com
Sicilia	**Gianni Paternò** · giopate@libero.it
	Piero Rotolo · pierotolo@tin.it
	Antonio Iacona · direttore@charmatmagazine.it
Sardegna	**Roby Rossi** · roberto-rossi@hotmail.it
Svizzera (Canton Ticino)	**Rocco Lettieri** · simpatico.melograno@tin.it

Febbraio 2022 · anno XXXVI · n. 295 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale e cultura enogastronomica per l'Horeca. Si occupa di food service, alberghi, ristoranti, pizzerie, pasticcerie, bar, turismo, travel, wellness e salute, con attenzione particolare ai professionisti, agli enti, alle aziende e alle associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Luca Bassi, Valerio Beltrami, Fabio Borella, Tiziana Colombo, Giuseppe Cristini, Sal De Riso, Enrico Derflingher, Fabio Di Pietro, Bernardo Ferro, Francesco Guidugli, Ezio Indiani, Giorgio Lazzari, Roberto Lestani, Angelo Musolino, Paolo Porfidio, Rocco Pozzulo, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Enrico Rota, Toni Sarcina, Eros Teboni, Gianluigi Veronesi

Foto gettyimages 2022 - Italia a Tavola

- **Quotidiano online** www.italiaatavola.net
- **Mensile cartaceo**
- **Mensile digitale**
- **Le Newsletter settimanali** via mail
- **Le newsletter quotidiane** su WhatsApp e Telegram
- **La Web TV**
- **Social network** con oltre 240.000 utenti
- **La APP Italia a Tavola**
- **Gli aggregatori di notizie**

SEGUICI SU:

Scarica su App Store · DISPONIBILE SU Google play · EXPLORE IT ON AppGallery

ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

PARTNER DI:

FIC Federazione Italiana Cuochi · Euro-Toques Italia · itchefs-GVCI Gruppo Virtuale Cuochi Italiani · Conpait Confederazione Pasticceri Italiani · AMPI Accademia Maestri Pasticceri Italiani · Federazione Internazionale Pasticceria Gelateria Cioccolateria · Noi Di Sala Camerieri, Maitre e Sommelier · Amira Associazione Maîtres Italiani Ristoranti ed Alberghi · Ada Associazione Direttori Albergo · European Hotel Managers Association · Solidus I professionisti dell'ospitalità italiana · ABI Professional Associazione Barmen Italiani · Avpn Associazione Verace Pizza Napoletana · Apn Associazione Pizzaiuoli Napoletani · Ristoranti Regionali Cucina DOC · Movimento Turismo del Vino · Associazione Italiana Sommelier · Streetfood Project · Accademia del Tartufo nel Mondo · Il Mondo delle Intolleranze · IFSE Italina Food Style Education · Saps Agnelli Cooking Lab · Ika Italian Kitchen Academy - Roma

Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548. Chiuso il 2 febbraio 2022

Questa testata è associata a USPI Unione Stampa Periodica Italiana